

**STRATEGI RADIO FAJAR FM MAKASSAR DALAM
MEMPERTAHANKAN PENDENGARNYA**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memperoleh Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I.Kom) Jurusan Jurnalistik
pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar

OLEH:

FITRIANI SAHRAN
NIM.50500115023

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR**

2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitriani Sahran
Tempat/tanggal lahir : Sinjai, 31 Januari 1997
Nomor Induk Mahasiswa : 50500115023
Jurusan : Jurnalistik
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenis kelamin : Perempuan
Alamat : BTP Blok L No. 17
Judul : Strategi Radio Fajar FM Makassar dalam Mempertahankan Pendengarnya.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Gowa, 22 November 2019

Penyusun,



Fitriani Sahran
50500115023

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Strategi Radio Fajar FM Makassar dalam Mempertahankan Pendengarnya” yang disusun oleh Fitriani Sahran, NIM: 50500115023, mahasiswa Jurusan Jurnalistik pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Jumat, tanggal 18 Oktober 2019 M, bertepatan dengan 18 Rabi’ul-Awwal 1441 M, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Komunikasi, Jurusan Jurnalistik.

Gowa, 18 Oktober 2019 M.
18 Rabi’ ul-Awwal 1441 H.

DEWAN PENGUJI:

Ketua : Drs. Alamsyah, M.Hum

Sekretaris : Dr. Hj. Nurlaelah Abbas, Lc., MA

Munaqisy I : Drs. H. Muh. Kurdi, M.Hi

Munaqisy II : Dr. Syamsidar, M.Ag

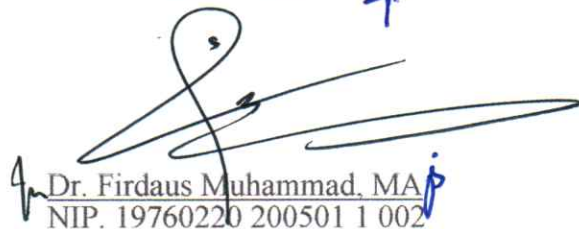
Pembimbing I : Dr. Irwanti Said, M.Pd

Pembimbing II : Hj. Sitti Asiqah Usman, Lc.,M,Th.I

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar.


Dr. Firdaus Muhammad, MA
NIP. 19760220 200501 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ, وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ, وَصَلَاةٌ وَالسَّلَامُ عَلَى
أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah Swt, yang telah melimpahkan rahmat dan taufiknya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun dalam bentuk yang sederhana. Peneliti menyadari bahwa tulisan ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang baik senantiasa penulis harapkan, dan tak lupa pula peneliti kirimkan shalawat dan salam kepada baginda Rasulullah Saw., sebagai suri teladan yang baik bagi seluruh umat Islam.

Terselesainya skripsi yang berjudul “**Strategi Radio Fajar FM Makassar Dalam Mempertahankan Pendengarnya**” tidak akan pernah terwujud tanpa bantuan dan nasehat dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Peneliti juga tidak lupa menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. H. Hamdan Juhannis, MA, .PhD. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Wakil Rektor I Prof. Dr. Mardan, M.Ag, Wakil Rektor II Dr. Wahyuddin Naro, M.Pd, Wakil Rektor III Prof. Dr. Darussalam Syamsuddin, M.Ag, dan Wakil Rektor IV Dr. Kamaluddin Abunawas M.Ag, yang telah berusaha mengembangkan dan menjadikan kampus Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar menjadi kampus yang bernuansa Islam, berakhlak mulia, berbudi pekerti luhur, dan beriptek.

2. Dr. Firdaus Muhammad, M.Ag Dekan beserta Wakil Dekan I Dr.Irwan Misbach, S.E., M.Si, Wakil Dekan II Dr. Hj. Nurlaelah Abbas, Lc., MA, Wakil Dekan III Dr. Irwanti Said, M.Pd.
3. Drs. Alamsyah, M.Hum selaku Ketua Jurusan Jurnalistik dan Dr. Syamsidar selaku Sekretaris Jurusan Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
4. Dr. Irwanti Said, M.Pd selaku Pembimbing I, dan Hj. Sitti Asiqah Usman Ali, Lc., M.Th.I selaku Pembimbing II yang dengan sabar membantu dan membimbing peneliti sehingga peneliti mampu menyerap ilmu dan menyelesaikan skripsi ini.
5. Drs. H. Muh Kurdi, M.Hi Penguji I. Dr. Syamsidar Penguji II yang telah memberikan saran dan ilmu kepada peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bimbingan dan wawasan selama peneliti menempuh pendidikan. Serta staf fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah banyak membantu peneliti dalam perlengkapan berkas selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
7. A. Akhiruddin sebagai Wakil Direktur Pemasaran dan Erwin Basir sebagai Wakil Direktur Produksi & Program On Air/Off Air Radio Fajar FM, yang telah banyak membantu dan memotivasi sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua Orang tuaku tercinta, kuucapkan banyak terima kasih untuk ayahanda Sahran Said (Almarhum) dan Bapak Sabaruddin Kasim, Ibunda Suriyani dan Ibu Sinarti yang telah membesarkan, mendoakan serta mendidik peneliti hingga bisa sampai pada titik ini, motivasi dan dorongan yang setiap harinya diucapkan adalah kunci bagi peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

9. Semua pihak yang tak sempat peneliti sebutkan satu-persatu yang telah banyak memberikan saran, dukungan, motivasi, serta rela membantu peneliti baik secara moral, maupun secara material.dalam menyelesaikan skripsi peneliti.

Terima kasih atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, peneliti tidak bisa membalas kebaikan yang telah diberikan, semoga Allah yang membalas kemurahan hati dan kebaikan kalian semua. Amin Ya Rabbal Alamin.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, September 2019

Peneliti

Fitriani Sahran
NIM:50500115023

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Kajian Pustaka	6
E. Tujuan Umum dan kegunaan penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Tinjauan Tentang Strategi.....	11
B. Tinjauan Tentang Radio.....	13
C. Tinjauan Tentang Khalayak	21
D. Tinjauan Tentang Manajemen Radio	23
E. Fungsi Manajemen Penyiaran	25
F. Tinjauan Islam Tentang Strategi	27
G. Teori Jarum Suntik	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian	36
B. Pendekatan Penelitian	36
C. Sumber Data	37

D. Metode Pengumpulan data.....	37
E. Instrumen Penelitian	39
F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	39
G. Keabsahan Data.....	39
BAB IV STRATEGI RADIO FAJAR FM DALAM MEMPERTAHANKAN	
PENDENGARNYA.....	41
A. Gambaran Umum Radio Fajar FM	41
B. Upaya Radio Fajar FM dalam mempertahankan pendengarnya	53
C. Peluang dan tantangan Radio Fajar FM dalam mempertahankan pendengarnya	62
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Implikasi	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel	1.1	Penelitian Terdahulu	10
Tabel	1.2	Data Informan	40
Tabel	1.3	Sasaran Pendengar Radio Fajar FM.....	49
Tabel	1.4	Komposisi Siaran Radio Fajar FM	50
Tabel	1.5	Program Siaran Radio Fajar FM	51

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	T
ث	Tsa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet

س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Tha	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Dza	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbaik
غ	Gain	G	eg
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	Lam	L	Ei
م	Mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	Wawu	W	We
هـ	ha	H	Ha
أ	Hamzah	’	Apostrof

ي	ya'	Y	Ye
---	-----	---	----

Hamzah yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda().

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal Bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
َ و	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ / اِ, َ	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
اِ ِ	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
اُ ُ	dammah dan wau	U	u dan garis di atas

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua, yaitu: ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, yang transliterasinya adalah [t]. Sedangkanta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu transliterasinya dengan [h].

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasinya ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Jika huruf ber-tasydidi akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ِ), maka ia ditransliterasikan seperti huruf maddah (i).

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ٱ (alif lam ma'arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah Maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrop (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Al-Qur'an (dari al-Qur'an), sunnah, khusus,

dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudaf ilaih (frase nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Adapun ta marbutah di akhir kata yang disandarkan kepada lafz al-Jalalah, ditransliterasi dengan huruf [t].

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All caps), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama dari (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (AL-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

ABSTRAK

Nama : Fitriani Sahran

Nim : 50500115023

Judul : Strategi Radio Fajar FM Makassar dalam Mempertahankan Pendengarnya

Skripsi ini berjudul Strateg Radio Fajar FM Makassar dalam Mempertahankan Pendengarnya. Fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu strategi penyiaran radio Fajar FM dalam mempertahankan pendengarnya serta peluang dan tantangan radio Fajar FM dalam Mempertahankan Pendengar. Adapun sebagai submasalah adalah: *Pertama* Bagaimana Strategi Penyiaran Radio Fajar FM Makassar dalam mempertahankan pendengarnya. *Kedua* Bagaimana Peluang dan tantangan radio fajar FM Makassar dalam mempertahankan pendengarnya.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan penelitian metodologi dan pendekatan keilmuan. Pendekatan metodologi yaitu dengan menggunakan studi fenomenologi sedangkan pendekatan keilmuan yaitu dengan cara berkomunikasi dengan informan yang dianggap relevan dalam memberikan informasi. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan pengamatan (observasi), wawancara, dan dokumentasi. Wawancara ini ditujukan kepada penanggung jaawab, produser dan wakil direktur serta penyiar Radio Fajar 89.3 FM Makassar.

Hasil penelitian menunjukan bahwa (1) Upaya Radio Fajar Mempertahan Pendengar adalah penyajian program – program berdasarkan kepentingan pendengar dan berorientasi kepada pengiklan, sistem manajemen dalam perekrutan penyiar, komitmen radio dalam mempertahankan program, melakukan pembaharuan pendengar melalui survey dan riset,konsistensi terhadap radio itu sendiri, penyajian program siaran lebih kepada informasi berita, mengadakan evaluasi setiap minggu dan melakukan meeting setiap bulan dan pertiga bulan, menjadikan program unggulan tetap menarik perhatian pendengar, dan menciptakan inovasi di dalam program – program sesuai kebutuhan telinga pendengar. (2) Peluang Radio Fajar FM yaitu, melakukan strategi bisnis, menghadirkan narasumber terkait masalah yang terjadi, dan bekerjasama dengan media lain. Tantangan Radio Fajar FM yaitu, penyiar harus lebih aktif, mengontrol program siaran saat On Air, dan menciptakan program yang lebih menarik.

Implikasi dari penelitian ini adalah diharapkan radio Fajar mengembangkan sumber daya alam agar karyawan hanya menduduki satu jabatan juga tetap berupaya melakukan inovasi untuk mengembangkan program – program unggulan tetap bertahan dan digemari oleh masyarakat.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi telah banyak membawa perubahan dalam berbagai bidang. Berbagai macam media yang berkembang saat ini juga memberikan kemudahan kepada khalayak dalam mendapatkan hiburan dan informasi yang diinginkan dengan cepat. Diantara media massa yang berkembang dengan baik dan jumlahnya telah mencapai puluhan adalah radio.¹

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang mempunyai fungsi sebagai alat informasi agar dapat mengetahui atau memahami sesuatu, sebagai alat untuk mendidik agar dapat meningkatkan pengetahuan serta keterampilan dan juga sebagai alat menghibur, melalui isi pesan seseorang dapat terhibur, memenuhi hobinya.

Banyak dan berkembangnya radio saat ini termasuk keberadaan radio swasta yang lebih mengedepankan *bussines oriented*, biasanya akan melayani kebutuhan dan keinginan pasar dan pendengar. Salah satu upaya yang ditempuh radio untuk dapat mempertahankan loyalitas khalayak pendengarnya adalah dengan memproduksi beragam acara seperti program mencerahkan, mencerdaskan, dan menjadi unggulan seperti berita, informasi, talkshow, dan hiburan yang mendidik.

Kondisi dunia radio saat ini memang tidak seperti di era tahun 80-an yang merupakan puncak kejayaannya. Minat masyarakat terhadap radio saat ini cenderung rendah apabila dibandingkan dengan media lainnya seperti televisi, internet dan surat

¹<http://digilib.uinsuka.ac.id/rizkiamalialh,strategikomunikasipemasaranradiofajarfmmakassardalammenarikjumlahpengiklan.pdf>, (diakses 10/07/19)

kar. Namun peneliti punya keyakinan dan optimisme yang tinggi, radio akan tetap eksis dengan segala kelebihan yang tidak dimiliki oleh media massa lainnya. Radio memiliki kekuatan audio yang dapat menciptakan “*Theater Of Mind*” untuk menginspirasi pendengar. Selain itu kelebihan radio adalah bisa diakses dengan mudah, murah, cepat, kapan saja, dan dimana saja, serta fleksibel (mendengarkan sambil beraktivitas). Kelebihan ini harus dioptimalkan agar hasilnya maksimal dan disertai dengan melakukan pembacaan peluang dan tantangan yang ada.²

Radio yang besar dan sukses adalah radio yang mampu mengoptimalkan fungsi, peran, dan keunggulan radio. Radio yang mampu membaca dan memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya terkait informasi, pendidikan, dan hiburan. Sebut saja Radio Fajar Fm yang mengudara di kota Makassar adalah contoh radio yang memberikan perhatian dan melayani apa yang dibutuhkan pendengarnya.

Radio Fajar 89.3 FM yang hampir 16 tahun lamanya tetap mengudara, menyajikan program – program yang menarik dan digemari oleh masyarakat atau pendengarnya, khususnya radio ini memiliki program unggulan yang tetap disukai karena penyajian program yang disiarkan mempunyai manfaat bagi masyarakat dalam memberikan informasi.

Sebagai institusi media massa, radio siaran diharapkan dapat menjalankan fungsinya secara proporsional. Dalam kerangka yang sehat, seharusnya fungsi informasional dan hiburan yang seimbang. Jika masyarakat menempatkan siaran satu radio sebagai prioritas sumber hiburan, sebagai pengelola radio harusnya perlu merasa risau. Betapapun jumlah besar khalayak yang bisa dijangkau oleh radio, namun keberadaannya sebagai institusi media massa belum berhasil dibangun jika

²<http://ranahkomunikasi.fisip.unand.ac.id/index.php/vol1/article/download/5/4/>(diakses 11/07/19)

masih menjadikan siaran hiburan sebagai prioritas utama dari program siaran radio. Banyaknya khalayak saat ini sudah mulai cerdas dalam memilih dan menggunakan media sebagai media yang bisa menghibur sekaligus memberikan informasi yang benar-benar bermanfaat bagi audiens dari media tersebut. Jika tidak media tersebut akan ditinggalkan oleh audiensnya dan beralih ke media lain, sehingga tinggal menghitung dan menunggu waktu media tersebut akan mati secara perlahan-lahan.

Radio hingga kini masih dipercaya menjadi media informasi dan komunikasi yang digemari masyarakat karena mempunyai peran penting dalam penyebaran informasi yang seimbang dan setimpal dalam masyarakat, memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, kontrol serta perekat sosial yang mengakibatkan radio mendapat julukan kekuatan kelima atau *the fifth estate*³.

Menghadapi persaingan serta globalisasi, para pengelola radio hanya dihadapkan kepada dua pilihan, *eksis atau tersingkir*. Para pengelola radio harus berbenah, untuk mencapai tingkat standar. Bila sebelumnya tidak secara optimal memanfaatkan berbagai pelatihan dan penyuluhan, kini mereka harus memulai adanya usaha-usaha rekrutmen tenaga SDM Siap pakai dikalangan radio siaran.⁴

Radio berkembang dengan pesat mulai dari jenis radio pemerintahan, semi pemerintah, hingga swasta. Saat ini, radio yang banyak digemari masyarakat yaitu radio swasta yang memenuhi kebutuhan mereka dengan segmentasi yang sesuai dengan sasaran umur radio tersebut. Radio berdiri sebagai suatu bisnis “telinga” yang cukup menguntungkan. Itu artinya, para pendengar tentunya ingin mendengarkan suatu hal yang “*easy listening*”, menarik dan berguna untuk telinga mereka.

³ Ardianto, Elvinaro dkk. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h. 7.

⁴ Andy Mangara, *Radio an absession* (Makassar: KPID Sulsel, 2006), h. 73.

Tentunya radio harus menyajikan lagu – lagu yang enak didengar serta beragam informasi yang berguna untuk para pendengarnya⁵.

Sehingga untuk mempertahankan keberadaan radio dan pendengarnya, maka terlebih dahulu kita mengetahui strategi radio itu sendiri. Manajemen menjadi hal penting yang dibutuhkan saat ini. Manajemen sendiri merupakan salah satu bagian dari sekian banyak bidang manajemen yang memiliki peran dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan guna mencapai tujuan tertentu. Dan untuk mengatur kegiatan ini, maka perlu dibuat keputusan-keputusan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk mencapai tujuan supaya barang dan jasa yang dihasilkan sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Dengan demikian, maka manajemen menyangkut pada pengambilan keputusan yang berhubungan dengan proses produksi guna mencapai tujuan organisasi maupun perusahaan.

Pembahasan di atas secara keseluruhan sudah memasukkan pembahasan tentang manajemen produksi dan operasi sehingga bisa dilihat bahwa semua pengertian yang diberikan telah menunjukkan bahwa manajemen produksi dan juga operasi akan mengarah pada usaha-usaha tertentu guna mencapai tujuan.⁶

Dari pemaparan latar belakang tersebut diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **”Strategi Radio Fajar Fm Dalam Mempertahankan Pendengarnya”**.

⁵ Hafied Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persad, 1998), hlm.156.

⁶ <https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-manajemen-produksi.html/29/06/2019>

B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

1. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini merupakan batasan peneliti agar jelas ruang lingkup yang akan diteliti, olehnya itu pada penelitian ini peneliti memfokuskan penelitian mengenai “Strategi Radio Fajar FM Makassar dalam Mempertahankan Pendengarnya dan Peluang serta Tantangan Radio Fajar FM dalam Mempertahankan Pendengarnya”.

Oleh karena itu Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan jenis penelitian kualitatif, dan di fokuskan pada Strategi Radio Fajar FM dalam Mempertahankan Pendengarnya.

2. Deskripsi Fokus

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka dapat dideskripsikan berdasarkan substansi permasalahan yaitu:

a. Strategi

Strategi yang dimaksud dalam penelitian adalah strategi yang digunakan oleh Radio Fajar FM dalam mempertahankan pendengarnya, serta cara memanfaatkan peluang dalam menghadapi tantangan di era digitalisasi.

b. Radio

Radio adalah salah satu media penyiaran yang berfungsi memberikan informasi, edukasi, dan hiburan. Serta radio yang memberikan perhatian dan melayani apa yang dibutuhkan pendengarnya.

c. Fajar FM

Fajar FM adalah bagian dari industri media Fajar Group, pemimpin pasar kawasan Timur Indonesia dan merupakan salah satu radio yang saat ini mulai

menetapkan langkah dan telah menyelenggarakan siaran secara terpadu dan kontinyu yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi di atas, maka peneliti merumuskan pokok permasalahan yaitu Strategi Radio Fajar FM dalam Mempertahankan Pendengarnya.

Dari pokok masalah tersebut peneliti dapat merumuskan sub-sub masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana upaya penyiaran Radio Fajar FM dalam mempertahankan pendengarnya?
2. Bagaimana peluang dan tantangan Radio Fajar FM dalam mempertahankan pendengarnya?

D. Kajian Pustaka

Untuk dapat memperoleh hasil maksimal dalam proses penelitian tentang “Strategi Radio Fajar FM dalam Mempertahankan Pendengarnya”. Maka peneliti akan mengacu pada beberapa pemikiran dan pembahasan yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini.

Pada bagian ini akan disebutkan beberapa penelitian sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan. Dan semua itu untuk menunjukkan bahwa pokok masalah yang akan diteliti dan dibahas belum pernah diteliti atau dibahas oleh peneliti lain. Penelitian terdahulu ini disebutkan sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rafika Hidayat, tentang Strategi Dakwah Radio Syiar Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam Meningkatkan mutu Siaran

Keagamaan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Strategi yang dilakukan oleh pihak Radio Syiar dalam peningkatan mutu siaran yaitu melakukan survei dalam bentuk kecil-kecilan. Cara\kurvei yang digunakan oleh pihak radio yaitu lebih kepada membaca lite ratur dan mengenali audiens dengan melihat siapa saja yang berpartisipasi pada jalur interaktif radio. Penetapan standar mutu siaran Radio Syiar adalah ditetapkan pada empat bagian yaitu standar format program, standar penempatan program, standar pemilihan lagu, dan standar model penyiaran. Tanggapan pendengar untuk Radio Syiar yaitu sudah cukup banyak disenangi oleh masyarakat khususnya kaum muda karena metode penyampaian dakwah yang dikemas dengan ringan dan modern, namun masih dinilai negatif dari segi kuantitas siaran dakwahnya.⁷

2. Penelitian yang dilakukan oleh Rhiryn Riflyana Tirsyad, mahasiswa jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi, tentang Strategi Komunikasi Penyiaran I-Radio Makassar dalam Program Soleram. Penelitian ini difokuskan pada strategi komunikasi dan penerapan strategi komunikasi I-Radio Makassar khususnya dalam program soleram. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa strategi yang selama ini digunakan oleh pihak I-Radio dalam mengemas program soleram, diantaranya dengan melakukan analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang kemudian dari analisis itulah muncul beberapa strategi untuk memenuhi kebutuhan pendengar melalui Program Soleram.⁸

⁷ Rafika Hidayat, “*Strategi Dakwah Radio Syiar Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam Meningkatkan mutu Siaran Keagamaan*”, Skripsi (Makassar: Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar 2017)

⁸ Rhiryn Riflyana Tirsyad, “*Strategi Komunikasi Penyiaran I-Radio Makassar dalam Program Soleram*”. Skripsi (Makassar. Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar 2016)

3. Penelitian yang dilakukan oleh Setyo Utomo Wicaksono, mahasiswa jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi, tentang Strategi Manajemen Pemberitaan Harian Ujungpandang Ekspres dalam menghadapi Persaingan dengan Media Online. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Strategi yang diterapkan Harian Ujungpandang Ekspres dalam menghadapi persaingan media online yaitu pertama, *planning* tahap perencanaan dari penyusunan rapat redaksi yang telah banyak melakukan tahapan, seperti pengumpulan, pembahasan sampai dengan penentuan isu. Kedua, *organizing* pembagian tugas serta beban kerja yang telah tersusun rapi. Selain itu, dalam perorganisasian isu konten ekonomi bisnis Harian Ujungpandang Ekspres terbagi seperti konten keuangan, perdagangan, dan perbankan. Ketiga, *Actuating* strategi ini dilakukan sesuai rencana yang telah ditetapkan serta pengarahan yang dapat membantu dalam mekanisme kerja. Keempat, *Controlling* upeks melakukan pengawasan melihat mekanisme kerja dilakukan. Hal tersebut dilakukan untuk menjaga eksistensinya dikalangan pembaca, bila mana berita yang dicetak tidak memenuhi syarat akan dilakukan peliputan kembali agar pembaca tidak menerima berita yang tidak faktual.⁹

Semua penelitian di atas mempunyai kesamaan dan perbedaan. Untuk lebih jelasnya, peneliti akan menguraikan persamaan dan perbedaan pada tabel 1.1 berikut ini.

⁹Setyo Utomo Wicaksono, “Strategi Manajemen Pemberitaan Harian Ujungpandang Ekspres dalam Menghadapi Persaingan dengan Media Online”, Skripsi (Makassar. Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar 2018)

Tabel 1.1
Kajian Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Rafika hidayat	Strategi Dakwah Radio Syiar Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam Meningkatkan Mutu Siaran Keagamaan	Meneliti tentang Strategi	Lokasi Penelitian
2.	Rhilyn Riflyana Tirsyad	Strategi Komunikasi Penyiaran I-Radio Makassar dalam Program Soleram	Meneliti tentang Strategi Penyiaran Radio	Lokasi Penelitian
3.	Setyo Utomo Wicaksono	Strategi Manajemen Pemberitaan Harian Ujungpandang Ekspres dalam menghadapi Persaingan Media Online	Meneliti tentang Strategi Manajemen	Lokasi Penelitian
4.	Fitriani Sahran 2019	Strategi Radio Fajar FM dalam Mempertahankan Pendengarnya	Meneliti tentang Strategi	Lokasi Penelitian

Sumber Data : Olahan Peneliti, 2019

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi Radio Fajar FM dalam mempertahankan pendengarnya..
- b. Untuk mengetahui peluang dan tantangan Radio Fajar FM dalam mempertahankan pendengarnya.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

1. Sebagai pengalaman belajar dalam penerapan pengetahuan yang diperoleh dari perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
2. Agar dapat memperluas pengetahuan peneliti dalam memahami Strategi Radio Fajar FM dalam mempertahankan pendengarnya.

b. Kegunaan Praktis

1. Peneliti ini diharapkan dapat bermanfaat bagi dosen dalam hal ini guru, orang tua terutama untuk memberikan arahan atau pun informasi sebagai rujukan.
2. Melalui hasil penelitian ini, diharapkan masyarakat dapat mengetahui bagaimana informasi mengenai Strategi Radio Fajar FM dalam mempertahankan pendengarnya.

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

A. *Tinjauan Tentang Strategi*

1. Pengertian Strategi

Menurut Ramlie R. Merta Wijaya, strategi adalah cara-cara yang ditetapkan terlebih dahulu, dengan cara mana perusahaan akan berjalan kearah tujuan luas yang menyangkut finansial, operasi, atau aspek-aspek sosial perusahaan.¹⁰ Sedangkan menurut Onong Uchjaya Effendy, strategi pada hakekatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan.¹¹

Dari definisi di atas menunjukkan bahwa strategi di sini menjelaskan beberapa poin. Pertama, apa yang harus di capai. *Kedua*, bagaimana sumber daya dan kegiatan apa yang harus dialokasikan untuk setiap produksi pasar dalam menentukan peluang dan tantangan lingkungan serta untuk meraih keunggulan. *Ketiga*, strategi yang akan digunakan harus dipertimbangkan dipilih dan disesuaikan dengan tujuan organisasi. Dengan kata lain bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan organisasi dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.¹² Sehingga strategi merupakan alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.

¹⁰ Ramlie R. Merta Wijaya, *Strategi Pengendalian Administratif*, (Bandung: Angkasa, 1991), h. 7.

¹¹ Onong Uchjaya Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1999), h. 31.

¹² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Sinar Utama, 1997), h. 2.

2. Tahapan – tahapan Strategi

Tahapan dari strategi terdiri dari 3 tahap yaitu perumusan strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi¹³. Secara jelasnya tahapan-tahapan tersebut adalah :

- a. Perumusan strategi, Pada tahap ini mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, dan memilih strategi tertentu untuk digunakan.
- b. Pelaksanaan strategi, Tahap ini mengharuskan perusahaan untuk menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga perumusan strategis dapat dilaksanakan. Pelaksanaan strategis mencakup pengembangan budaya yang mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, pengarahannya kembali usaha– usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta menghubungkan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja organisasi.
- c. Evaluasi strategi, Tahap ini adalah tahap akhir dari manajemen strategis tiga kegiatan pokok dalam evaluasi strategi adalah mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan sekarang ini, mengukur kinerja.
- d. Melakukan tindakan-tindakan korektif. Evaluasi strategi perlu dilakukan karena keberhasilan saat ini bukan merupakan jaminan untuk keberhasilan di hari esok.¹⁴

¹³ Fred David, *Manajemen Strategi: Konsep-konsep*, (Jakarta, index, 2004), h. 6.

Strategi hanya dapat diterapkan dalam organisasi pemerintahan atau organisasi publik yang memiliki misi yang jelas, tujuan, sasaran yang jelas, indikator kinerja yang jelas dan informasi tentang kinerja yang sesungguhnya yang didapat sebanding dengan biaya yang dimiliki.

B. Tinjauan Tentang Radio

1. Pengertian radio

Dalam kamus Umum Bahasa Indonesia disebutkan bahwa radio mempunyai arti siaran atau pengiriman suara atau bunyi melalui udara.¹⁵ Radio merupakan media massa paling luas dan populis, tidak ada sejengkal tanah dan permukaan laut pun yang tidak terjamah oleh sinyal elektromagnetik yang dipancarkan oleh lebih dari 35.000 stasiun radio diseluruh dunia. Total jangkauan radio melebihi media televisi dan apalagi surat kabar atau media cetak.¹⁶

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal-sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik atau gelombang elektromagnetik. Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut seperti molekul udara.¹⁷

Radio adalah siaran atau pengiriman suara atau bunyi melalui udara. Radio juga dikenal dalam bahasa inggris broadcasting (broad = luas) yang dipahami sebagai penyiaran. Segala sesuatu dapat disiarkan melalui radio, seperti berita, musik, pidato,

¹⁴ <https://www.hestanto.web.id/tahap-tahap-dalam-manajemen-strategis/> (diakses 11/07/19).

¹⁵ Poerwodarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PN Balai Pustaka, 1976) h. 788.

¹⁶ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa Cendekia 2017), h.6.

¹⁷ Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa*, (Jakarta: Logos 1999), h.28.

puisi, dan drama, yang dapat didengar oleh khalayak massa dengan isi siaran yang bersifat terbuka itu serta menyentuh khalayak yang luas (massa).¹⁸

2. Sejarah Radio

Perkembangan teknologi media radio mulai dikenal saat tenggelamnya kapal pesiar Titanic pada tahun 1912. Reporter radio pada waktu itu menceritakan penderitaan penumpang, mulai dari saat menubruk gunung es, kepanikan penumpang hingga upaya penyelamatan oleh awak kapal. Ketika peristiwa itu belum dikenal istilah media radio, tapi telegram tanpa kabel (*wireless telegraph*). Sebutan radio baru muncul pada tahun 1920-an, dari sini pulalah muncul jurnalistik penyiaran (media elektronik).¹⁹

Sejarah radio berawal pada tahun 1920-an saat peristiwa pemilihan umum di Amerika Serikat yang mengusung pasangan calon presiden Harding-Coax. Saat itu khalayak tidak perlu menunggu berita-berita seputar pemilu melalui surat kabar karena saat itu pemilihan pasangan presiden disiarkan langsung oleh stasiun radio WWJ di Detroit dan KDKA di Pittsburgh. Begitu pula dengan ajang kompetisi olahraga yang mulai mendapat perhatian dari stasiun-stasiun radio pada waktu itu. Peristiwa tersebut merupakan salah satu cara menarik khalayak untuk selalu mendengarkan siaran radio.²⁰

Tahun 1926, perusahaan manufaktur radio berhasil memperbaiki kualitas produknya. Pesawat radio sudah menggunakan tenaga listrik yang ada di rumah

¹⁸ Anwar Arifin Andipate “*Paradigma Baru Public Relations Teori, Strategi, dan Riset*” (Jakarta: Kencana 2010), h. 121

¹⁹ Helena Olili dan Lala Hozilah, *Reportase Radio dan Televisi*, Edisi 2 (Jakarta: Kembangan 2013), h.12-13.

²⁰ Helena Olili dan Lala Hozilah, *Reportase Radio dan Televisi*, Edisi 2 (Jakarta: Kembangan 2013), h. 2.

sehingga lebih praktis, menggunakan dua konp untuk mencari sinyal, antena dan penampilannya yang lebih baik menyerupai peralatan furnitur, tahun 1925 sampai dengan tahun 1930, sebanyak 17 juta pesawat radio terjual kepada masyarakat dan dimulailah era radio menjadi media massa.²¹

Sejarah radio adalah sejarah teknologi yang menghasilkan peralatan radio yang menggunakan gelombang radio. Awalnya sinyal pada siaran radio ditransmisikan melalui gelombang data yang kontinyu baik melalui modulasi amplitudo frekuensi (FM). Metode pengiriman sinyal seperti ini disebut analog. Selanjutnya, seiring perkembangan teknologi ditemukanlah internet, dan sinyal digital yang kemudian mengubah cara transmisi sinyal radio sejarah penggunaan radio rata-rata pengguna awal radio adalah para maritim, yang menggunakan radio untuk mengirimkan pesan telegraf menggunakan kode morse antara kapal dan darat.²²

3. Jenis - Jenis Radio

a. Radio Swasta

Ketentuan dalam undang-undang penyiaran menyebutkan bahwa stasiun penyiaran swasta adalah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi. Bersifat komersial berarti stasiun swasta didirikan dengan tujuan mengejar keuntungan yang sebagian besar berasal dari penayangan iklan dan juga usaha lainnya yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.²³

²¹ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Kencana 2008), h.3.

²² https://id.m.wikipedia.org/wiki/Sejarah_Radio, (diakses 11/07/19)

Radio swasta ini merupakan radio yang dimiliki oleh perorangan yang sifatnya komersil. Sehingga sumber penghasilan untuk operasional radio swasta ini sepenuhnya berasal dari iklan. Walaupun demikian, radio swasta masih berada dibawah perundang-undangan mengenai penyiaran yang disepakati melalui lisensi pemerintahan. Sehingga radio swasta di Indonesia ini masih berada dalam naungan perundang-undangan yang salah satunya adalah lembaga sensor.

b. Radio Berlangganan

Radio berlangganan merupakan radio sejenis dengan radio publik. Lembaga ini merupakan lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum di Indonesia. Yang merupakan penyelenggara jasa penyiaran berlangganan yang sudah diakui oleh izin penyelenggara penyiaran berlangganan.

c. Radio Komunitas

Stasiun penyiaran komunitas merupakan lembaga non partisipan yang didirikan oleh warga negara Indonesia dan berbentuk badan hukum koperasi atau perkumpulan dengan seluruh modal usahanya berasal dari anggota komunitas. Dalam hal ini, kegiatan dalam stasiun penyiaran komunitas khusus menyelenggarakan siaran komunitas, siaran komunitas didirikan dengan modal awal yang diperoleh dari kontribusi komunitasnya yang berasal dari tiga orang atau lebih yang selanjutnya menjadi milik komunitas.

Radio komunitas di Indonesia mulai berkembang sejak tahun 2000 dimana beberapa komunitas yang ingin menggunakan media komunikasi sebagai alat penyampai pesan mereka sendiri dengan wilayah tertentu. Bahkan radio komunitas ini diakui sebagai pergerakan dari era Reformasi 1998 yang merupakan tanda dari

²³ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Prenada Media Group 2008), h.88.

bubarnya Departemen penerangan sebagai hak otoritas tunggal pengendali media yang berada ditangan pemerintahan.

d. Radio Publik

Stasiun penyiaran publik berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Stasiun penyiaran publik terdiri atas Radio Rebuplik Indonesia (RRI).

Pengertian stasiun publik identik dengan TVRI dan RRI karena menurut Undang-undang Penyiaran, stasiun publik terdiri dari RRI dan TVRI yang stasiun pusat penyiarannya berada di Jakarta. Selain itu juga berada di daerah provinsi, kabupaten, atau kota dapat didirikan stasiun penyiaran publik lokal.

4. Sifat – Sifat Radio

Radio siaran memiliki sifat-sifat tersendiri yang menjadikan kelebihan dan kekuatannya selaku media massa elektronik. Radio siaran memiliki gaya penyiaran tersendiri atau yang disebut radio siaran *style*, yang sekaligus merupakan sifat-sifat radio, yaitu :²⁴

a. Auditif

Sifat radio siaran adalah auditif untuk didengarkan maka isi siaran yang sampai ditelinga pendengar hanya selintas lalu saja. Ini berbeda dengan sesuatu yang disiarkan melalui media surat kabar, majalah, atau media dalam bentuk tulisan lainnya yang dapat dibaca, diperiksa, dirtelaah berulang kali. Pendengar tidak mengerti terhadap isi siaran yang sifatnya hanya suara tentu dibutuhkan orang-orang

²⁴ Irwanti Said, *Fungsi Sosial Siaran Radio*, (Makassar: Alauddin University Press 2012), h. 61-62.

yang bisa menjadi awak siar yang cukup handal, agar tiap materi siaran bisa diterima dengan baik oleh pendengar, bukan samar-samar atau tidak jelas.

b. Mengandung Gangguan

Setiap komunikasi menggunakan saluran bahasa dan bersifat massal yang akan menghadapi dua faktor gangguan. Gangguan pertama adalah apa yang disebut *semantic noise factor* dan yang kedua ialah *channel noise factor*. Gangguan teknis dapat berupa intervensi sehingga membuat siaran sukar dimengerti atau gangguan karena pesawat lainnya.

c. Akrab

Radio siaran sifatnya akrab, intim. Seseorang penyiar radio seolah-olah berada dikamar pendengar yang penuh dengan hormat dan cekatan menghidangkan acara-acara yang mengembirakan kepada penghuni rumah dan sifat ini tidak dimiliki oleh media-media lainnya.

d. Gaya Percakapan

Bahasa yang digunakan bukan bahasa tulisan, tetapi gaya percakapan sehari-hari. Tak heran bahasa percakapan yang unik muncul dari dunia radio yang diperkenalkan penyiar menjadi sesuatu yang trend, dengan demikian media siaran radio bisa juga menjadi *trend-setter* karena gaya bahasa mereka atau mungkin juga hal-hal unik yang merupakan khas dan ciri dari sebuah stasiun radio.

Menurut Dodi Mawardi, dalam situsny ada sembilan karakteristik media radio yaitu:²⁵

1. *Theater of Mind* (media radio memiliki kemampuan untuk mengembangkan imajinasi pendengar).
2. *Personal* (media radio mampu menyentuh pribadi pendengar).

²⁵ <http://dodimawardi.wordpress.com>

3. *Sound Only* (media radio hanya menggunakan suara dalam menyajikan informasinya).

4. *At Once* (media radio dapat diakses cepat dan seketika).

5. *Heard Once* (media radio di dengar secara sepiintas).

6. *Secondary Medium Half Ears Media* (media radio bisa menjadi teman dalam beraktivitas).

7. *Mobile/Portable* (media radio mudah dibawa kemana saja).

8. *Local* (media radio bersifat lokal, hanya di daerah yang ada frekuensinya).

9. *Linear* (media radio tersusun secara sistematis).

5. Keunggulan Radio dan Kelemahan Radio

a. Keunggulan

1) Cepat dan Langsung

Sarana tercepat, lebih cepat dari koran dan Tv, dalam menyampaikan informasi kepada publik tanpa melalui proses yang rumit dan butuh waktu banyak seperti siaran tv atau sajian media cetak.²⁶ Hanya melalui telepon, reporter radio dapat secara langsung menyampaikan berita atau melaporkan peristiwa yang ada dilapangan.

2) Dekat

Suara penyiar hadir di rumah atau di dekat pendengar. Pembicaranya langsung menyentuh aspek pribadi (*interpersonal communications*).

²⁶Asep Syamsul M. Romli, "Broadcast Journalism panduan menjadi penyiar, reporter & Script Writer". H. 23-26.

3) Hangat

Paduan kata-kata, musik, dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar, pendengar akan bereaksi atas kehangatan suara penyiar dan seringkali berpikir bahwa penyiar adalah seorang teman bagi mereka.

4) Sederhana

Tidak rumit, tidak banyak pernik, baik bagi pengelola maupun pendengar.

5) Tanpa batas

Siaran radio menembus batas geografis, demografis, suku agama, Ras dan kelas sosial hanya tunarungu yang tak mampu mengkonsumsi atau menikmati siaran radio.

6) Murah

Dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau harga pesawat televisi, pesawat radio relatif jauh lebih murah. Pendengar pun tidak dipungut bayaran sepeser pun untuk mendengarkan radio.

7) Bisa Mengulang

Radio memiliki kesementaraan alami (*transient nature*) sehingga berkemampuan mengulang informasi yang sudah disampaikan secara cepat.

8) Fleksibel

Siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal yang lain atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain, seperti memasak, mengemudi, belajar, dan membaca koran atau buku.

b. Kelemahan

1) Selintas

Siaran radio cepat hilang dan gampang dilupakan. Pendengar tidak bisa mengulang apa yang didengarnya, tidak bisa seperti pembaca koran yang bisa mengulang bacanya dari awal tulisan.

2) Global

Sajian informasi radio bersifat global, tidak detil, karenanya angka-angka pun dibulatkan. Misalnya penyiar akan menyebutkan “seribu orang lebih” untuk angka 1.053 orang.

3) Batasan Waktu

Waktu siaran jadi relatif terbatas, hanya 24 jam sehari, berbeda dengan surat kabar yang bisa menambah jumlah halaman dengan bebas. Waktu 24 jam sehari tidak bisa ditambah menjadi 25 jam atau lebih.

4) Beralur Linear

Program disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada, tidak bisa meloncat-loncat. Seperti, surat kabar pembaca bisa langsung ke halaman tengah, akhir, atau langsung ke rubrik yang ia sukai.

C. Tinjauan Tentang Khalayak

1. Pendengar Radio

Pendengar atau khalayak adalah orang – orang yang mendengarkan, misalnya mendengarkan pidato, musik, dan sebagainya.²⁷ Sedangkan pendengar menurut Onong Uchjana Effendy adalah orang-orang yang menjadi sasaran komunikasi, baik

²⁷Departemen Pendidikan Nasional dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, cetakan ke-1 (Jakarta: Balai Pustaka, 1998) h.196.

dalam bentuk kelompok yang berkumpul disuatu tempat maupun dalam keadaan terpencar-pencar, tetapi sama-sama terpicat perhatiannya oleh suatu pesan dari media massa.²⁸ Pendengar radio adalah pihak yang paling penting dalam konteks komunikasi siaran.

2. Karakteristik Pendengar Radio

- a. Heterogen. Karena jumlah pendengar memiliki latar belakang yang berbeda-beda yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Diantaranya, jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, kebudayaan, tempat tinggal.
- b. Pribadi, jenis pendengar yang lebih tertarik dengan bahasa yang lembut dan seperti yang disampaikan setiap hari. Pendengar tidak menyukai cara penyampaian yang bersemangat atau berapi-rapi. Karena pendengar jenis ini lebih cenderung menganggap penyiar adalah sahabat sendiri. Sehingga ia hanya akan mendengarkan penyiar yang menggunakan bahasa seperti yang dilakukan pendengar.
- c. Aktif, jenis pendengar seperti ini memiliki ketertarikan lebih karena menemukan sesuatu yang menarik dari sebuah radio. Kemudian pendengar melakukan interaksi terhadap yang disampaikan penyair. Misalnya, topik pembahasan, kuis dan lain-lain yang selanjutnya melakukan interaksi baik melalui sms, telepon maupun media jejaring sosial. Namun penelitian mnyebutkan, pendengar pasif memiliki jumlah yang lebih banyak dan cenderung lebih menyimpan serta mengolah pernyataan pada dirinya sendiri.
- d. Selektif, jenis pendengar seperti ini hanya mendengarkan siaran tertentu yang sesuai dengan kegemarannya. Misalnya, musik pop, rock, dangdut dan lain sebagainya.

²⁸Onong Uchjana Effendi, *Kamus Komunikasi, Op. Cit*, h. 21

D. Tinjauan Tentang Manajemen Radio

1. Manajemen Radio

Manajemen radio merupakan suatu proses dari perencanaan, persiapan, pelaksanaan, persentasi dan evaluasi suatu program siaran. Dalam siaran radio dikenal sebagai format siaran yang menjadi panduan bagi penyelenggara siaran untuk memproduksi acara siaran.²⁹

2. Produksi Siaran Radio

Produksi siaran radio adalah tahapan radio menuju “on air” atau mengudara dan dikonsumsi pendengar. Chester, Garrison, Willis mendefinisikan siaran sebagai pancaran melalui ruang angkasa oleh sumber frekuensi dengan sinyal yang mampu diterima ditelinga atau didengar dan dilihat oleh publik.³⁰

Produksi adalah cara pembuatan untuk menghasilkan sesuatu. Yang dimaksud produksi dalam penyiaran adalah cara pembuatan acara yang akan disiarkan di radio.³¹

Radio didengarkan karena programnya menarik, lagunya bagus dan enak didengar, penyiarnya juga menyenangkan, dan informasinya penting dan menarik.³²

Sehingga hakikat produksi siaran radio adalah produksi suara atau “mengubah apapun menjadi suara”, yaitu suara yang terangkum dalam elemen siaran radio. Ia merupakan panduan penciptaan gambar suara dengan rangkaian kata-kata, musik,

²⁹Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa Cendekia 2017), h. 9.

³⁰Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa Cendekia 2017), h. 23.

³¹Peter, *Kamus Bahasa Indonesia Kontenporer* (Modern English 1991) h. 1418.

³²Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa Cendekia 2017), h. 38-43.

dan *sound effect* menjadi kekuatan yang utuh yang mampu membangkitkan sugesti, emosi, dan imajinasi pendengar.

3. Proses Produksi Siaran Radio

Proses pelaksanaan produksi radio terdapat beberapa tahapan, proses produksi secara garis besar dibagi dalam tiga tahapan yaitu :³³

- a. Pra-produksi adalah tahapan pencarian ide, penetapan topik, penyusunan rencana aksi, penetapan format program (misalnya talk show, diskusi, drama, dokumentasi), penyiapan naskah (skrip), pemilihan musik, dan latihan pengisi suara, serta penyusunan anggaran (jika diperlukan).
- b. Produksi adalah tahapan pelaksanaan konsep baik secara *live* (siaran langsung *on air*) maupun rekaman.
- c. Pasca produksi adalah tahapan penayangan atau penyiaran hasil produksi dan evaluasi. Evaluasi yang dilakukan menyangkut kesesuaian hasil produksi (siaran) dengan merancang yang disusun, membahas masalah yang muncul selama proses produksi dan penyiarannya, kelemahan dan kekurangan yang terjadi termasuk mengevaluasi respon pendengar, kualitas audio, atau kualitas siaran secara keseluruhan.

4. Program Siaran Radio

Program siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarakan. Atau dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran. Dan masing-masing program siaran menempati slot waktu tertentu dengan durasi tertentu yang biasanya

³³ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa Cendekia 2017), h. 51-52.

tergantung dari jenis programnya, apakah jenis hiburan, informasi, atau berita. *Slot* waktu masing-masing program dirancang sesuai dengan tema program tersebut sehingga menjadi satu jadwal siaran tiap harinya.³⁴

Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring makin banyaknya stasiun penyiaran dan makin tersegmentasinya audien. Format siaran diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa, dan bagaimana proses pengelolaan stasiun siaran hingga dapat diterima oleh audiens.

E. Fungsi Manajemen Penyiaran

Pada media penyiaran, manajer umum (general manager) bertanggung jawab kepada pemilik dan pemegang saham dalam melaksanakan koordinasi sumber daya yang ada (manusia dan barang) sedemikian rupa sehingga tujuan media penyiaran bersangkutan dapat tercapai. Manajer umum pada dasarnya bertanggung jawab dalam setiap aspek operasional suatu stasiun penyiaran dan melaksanakan empat fungsi dasar yaitu:

a. Perencanaan

Perencanaan mencakup kegiatan penentuan tujuan media penyiaran serta mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

b. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya.

³⁴ Hidayanto Djamal, Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama 2011), h. 149.

c. Pengarahan dan memberikan pengaruh

Fungsi mengarahkan dan memberikan pengaruh atau memengaruhi tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif.

d. Pengawasan

Terdapat banyak sebutan untuk fungsi pengawasan antara lain evaluasi, penilaian, dan perbaikan. Defenisi pengawasan yang dikemukakan oleh Robert J. Mockler adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan digunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan. Jika kedua kinerja tersebut tidak sama, maka diperlukan langkah-langkah perbaikan.³⁵

Strategi program dibagi menjadi beberapa bagian ditinjau dari strategi manajemennya.³⁶

³⁵ He Rosyidi. *Organisasi dan Manajemen*.

³¹M.A. Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenada 2008).

1. Perencanaan program
2. Produksi dan pembelian program
3. Eksekusi program
4. Pengawasan dan evaluasi program.

F. Tinjauan Islam Tentang Strategi

Sama halnya dengan media massa lainnya, radio juga pada dasarnya mempunyai fungsi. Seperti yang diungkapkan oleh Effendy, bahwa radio siaran mempunyai 4 fungsi sebagai berikut:³⁷

1. Fungsi penerangan
2. Fungsi pendidikan
3. Fungsi hiburan
4. Sarana propaganda

Seperti yang telah diketahui, radio siaran bersifat audial, yang hanya dapat digunakan dengan cara didengarkan, tapi bukan berarti radio siaran tidak sanggup menjalankan fungsinya sebagai media penerangan. Radio dianggap sebagai media yang mampu menyiarkan informasi yang amat memuaskan walau hanya dilengkapi dengan unsur audio. Radio siaran dapat menjalankannya dalam bentuk siaran berita, wawancara, editorial udara, reportase langsung, talk show dan lain-lain.

Sebagai media pendidikan, radio siaran merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan khalayak secara meluas dan serempak. Sebagian alokasi waktu siaran juga diisi oleh acara-acara hiburan bisa berupa musik maupun

³⁷ Winarni, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, UMM Press.2003.

drama radio. Radio siaran juga merupakan sarana propaganda, bisa terlihat dengan banyaknya pemasang iklan yang memilih radio siaran sebagai sarana pemasangan iklannya.

Penyampaian pesan melalui radio siaran, berbeda dengan penyampaian pesan melalui media massa lainnya. Komunikator yang menyampaikan pesan kepada komunikan melalui radio siaran harus dapat mengkombinasikan unsur-unsur penting dalam meningkatkan efektivitas pada siaran radio, yaitu sound effect, musik, dan kata-kata sehingga dapat diterima dengan baik oleh komunikan yang bersifat heterogen aktif, dan selektif, agar komunikasi yang dilakukan oleh komunikator berjalan efektif dan efisien.

Keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang harus dijalankan saat ini sesuai dengan situasi dan kondisi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan.³⁸ Hal tersebut telah sesuai dengan strategi yang dikemukakan oleh Anwar Arifin Andipate dalam bukunya. Sehingga dalam hal strategi Radio Fajar FM pada program – program unggulan khususnya menyajikan program acara yang menarik kepada pendengar sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan khalayak pendengar untuk mencapai tujuan dari Radio Fajar yakni dalam mempertahankan pendengarnya.

Hal ini menandakan bahwa stasiun Radio Fajar telah melakukan strategi sesuai dalam buku Anwar Arifin Andipate adalah strategi diartikan sebagai suatu perencanaan yang dilakukan dalam menjalankan suatu aktivitas perusahaan guna untuk menjadikan kegiatan tersebut terarah kedepan dan mencapai tujuan yang

³⁸ Anwar Arifin Andipate, “*Paradigma Baru Public Relations Teori, Strategi, dan Riset*” (Jakarta: Pustaka Indonesia, 2016), h. 31-32

ditetapkan oleh perusahaan. Adanya strategi yang baik akan mempermudah perusahaan mencapai tujuannya.

Surah As – Shaff 61:4

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَهُمْ بُنْيَنٌ مَّرْصُومٌ ﴿٤﴾

Terjemahan:

Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh..³⁹

Pada dasarnya ajaran Islam yang tertuang dan ada dalam al-Qur'an yang mengajarkan tentang kehidupan yang serba terarah dan teratur. Menurut kajian ayat al-Qur'an dalam sudut pandang Islam strategi diistilahkan dengan menggunakan kata *marshush* yang berarti berdempet dan tersusun dengan rapi. *Shaffan* (barisan) adalah sekelompok dari sekian banyak anggotanya yang sejenis dan kompak serta berada dalam wadah yang kukuh lagi teratur.⁴⁰

Seluruh sumber ilmu pengetahuan serta ilmu yang berkembang sekarang ini telah tertulis dalam kitab al-Qur'an dan ditetapkan oleh Rasulullah Saw sejak dahulu kala atau pada zaman Rasulullah. Strategi dalam berperang sangatlah penting dalam mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan adanya strategi yang baik dan teratur serta terstruktur dalam media penyiaran termasuk stasiun radio, dalam hal strategi mempertahankan pendengar maka radio tersebut diumpamakan sebuah bangunan kokoh dan kuat, yang tidak bisa digoyahkan hanya

³⁹ Al-quran dan Terjemahan, Departemen Agama RI. (diakses 09/08/2019)

⁴⁰ M. Quraish Shihab "Tafsir Al-Mishbah" (Jakarta: Lentera hati, 2002), h. 190 – 191.

karena persaingan antar stasiun radio maupun media lainnya. Maka dari itu adanya strategi yang baik dan teratur semua akan berjalan dengan lancar dan maksimal sesuai hasil yang diinginkan serta sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya.

Surah Al-Baqarah Ayat 249 :

فَلَمَّا فَصَلَ طَالُوتُ بِالْجُنُودِ قَالَ إِنَّ اللَّهَ مُبْتَلِيكُمْ بِنَهَرٍ فَمَنْ شَرِبَ مِنْهُ فَلَيْسَ مِنِّي وَمَنْ لَمْ يَطْعَمْهُ فَإِنَّهُ مِنِّي إِلَّا مَنْ اغْتَرَفَ غُرْفَةً بِيَدِهِ ۖ فَشَرَبُوا مِنْهُ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْهُمْ فَلَمَّا جَاوَزَهُ هُوَ وَالَّذِينَ آمَنُوا مَعَهُ قَالُوا لَا طَاقَةَ لَنَا الْيَوْمَ بِجَالُوتَ وَجُنُودِهِ ۚ قَالَ الَّذِينَ يَظُنُّونَ أَنَّهُم مُّلْقُوا اللَّهَ كَم مِّن فِئَةٍ قَلِيلَةٍ غَلَبَتْ فِئَةً كَثِيرَةً بِإِذْنِ اللَّهِ وَاللَّهُ مَعَ الصَّابِرِينَ ﴿٢٤٩﴾

Terjemahnya :

Maka tatkala Thalut keluar membawa tentaranya, ia berkata: "Sesungguhnya Allah akan menguji kamu dengan suatu sungai. Maka siapa di antara kamu meminum airnya; bukanlah ia pengikutku. dan barangsiapa tiada meminumnya, kecuali menceduk seceduk tangan, Maka dia adalah pengikutku." Kemudian mereka meminumnya kecuali beberapa orang di antara mereka. Maka tatkala Thalut dan orang-orang yang beriman bersama dia Telah menyeberangi sungai itu, orang-orang yang Telah minum berkata: "Tak ada kesanggupan kami pada hari Ini untuk melawan Jalut dan tentaranya." orang-orang yang meyakini bahwa mereka akan menemui Allah, berkata: "Berapa banyak terjadi golongan yang sedikit dapat mengalahkan golongan yang banyak dengan izin Allah. dan Allah beserta orang-orang yang sabar."

Ghazwat badar merupakan kata bahasa arab yang artinya adalah pertempuran besar pertama antara umat Islam melawan musuh – musuhnya. Perang ini terjadi pada tanggal 17 Maret 624 Masehi 17 Ramadhan 2 Hijriah. Perang badar terjadi akibat dijarahny harta kaum muslimin di Mekah setelah mereka hijrrah ke Madinah. Oleh karena mendengar bahwa kafilah dagang Abu Sufyan akan lewat, maka kaum

muslimin merasa berhak menjarah barang – barang dagangan Abu Sufyan tersebut sebagai ganti rugi dari harta mereka yang dijarah di Mekah. Hal inilah yang memicu kemarahan di pihak kaum Quraisy Mekah dan terjadilah perang yang disebut Perang Badar. Jumlah sahabat yang ikut perang tiga ratus orang. Pada perang ini tentara Islam mendapat kemenangan karena kedisiplinan tentara Islam atas perintah Nabi Saw, juga karena pertolongan Allah datang dengan mengutus malaikat membantu tentara muslim. Kaum muslimin berperang dengan keberanian penuh, gugur berarti syahid untuk membela kebenaran agama Islam.⁴¹

Demikianlah perang badar, sesuai atas firman Allah Swt, pasukan kecil mampu mengalahkan pasukan yang lebih besar dengan izin Allah, mereka menang bukan karena kekuatan senjata dan jumlah pasukannya, akan tetapi mereka menang karena berperang dalam rangka menegakkan kalimat Allah dan membela Agama-Nya. Sehingga dari kejadian ini menjadi contoh bahwa peran strategi dalam upaya untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan khususnya di dalam Radio Fajar FM sebagai salah satu media penyiaran mampu bertahan di era persaingan media saat ini, perlu adanya semangat dan keyakinan serta kedisiplinan dari setiap individu untuk bekerja sesuai apa yang sudah menjadi ketentuan yang berlaku di suatu lembaga atau perusahaan media.

Hadis Ahmad bin Hanbal Nomor 4157

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ جَعْفَرٍ، حَدَّثَنَا شُعْبَةُ، وَعَبْدُ الرَّزَّاقِ، أَخْبَرَنَا إِسْرَائِيلُ، عَنْ سِمَاكِ بْنِ حَرْبٍ، عَنْ عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ، عَنْ أَبِيهِ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، أَنَّهُ قَالَ - قَالَ عَبْدُ الرَّزَّاقِ:

⁴¹ Dra. Syamsuez Salihima, M.Ag. “*Hadis – hadts Sejarah*”. (Makassar: Alauddin University Press. 2013). h. 81

سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، يَقُولُ - : " نَضَرَ اللَّهُ امْرَأً سَمِعَ مِنَّا حَدِيثًا فَحَفِظَهُ حَتَّى يُبْلَغَهُ،
فَرُبَّ مُبْلَغٍ أَحْفَظُ لَهُ مِنْ سَامِعٍ. (رواه أحمد).⁴²

Artinya:

Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Ja'far telah menceritakan kepada kami Syu'bah dan Abdurrazzaq, telah mengabarkan kepada kami Israil dari Simak dari Abdurrahman bin 'Abdullah bin Mas'ud dari ayahnya dari Nabi saw. beliau bersabda Abdurrazzaq berkata; Aku mendengar Rasulullah saw. bersabda: "Semoga Allah menjadikan bercahaya orang yang mendengar satu hadis dari kami lalu menghafalnya hingga menyampaikannya, dan berapa banyak orang yang disampaikan kepadanya hadis tidak lebih cepat hafal dari orang yang mendengarnya langsung". (HR. Ahmad no. 4157).

Hadis di atas mempunyai makna tentang keutamaan menghafal, mempelajari, dan menyampaikan hadis bahwa ketika seseorang mendengar hadis lalu kemudian ia menyampaikannya, maka Allah akan memperindah hidupnya dan ketika lebih banyak orang yang disampaikan lebih hafal hadis tersebut dibanding yang hanya mendengar, maka Allah akan memuliakannya. Arti dari hadis di atas cukup menjelaskan bahwa pentingnya kita menyampaikan suatu kebaikan misalnya menyampaikan pesan dakwah untuk mencegah kemungkaran dan memberikan informasi yang bermanfaat untuk masyarakat. Di dalam media penyiaran khususnya stasiun radio pentingnya menyajikan program – program acara mengenai keislaman, agar seluruh program dapat seimbang dengan ilmu pengetahuan dan akidah, sehingga bisa menjadi radio yang berkualitas dan berfungsi sebagai media Informasi dan hiburan yang mendidik juga mencerahkan serta mencerdaskan masyarakat.

⁴²Abu Abdillah Ahmad bin Muhammad bin Hanbal bin Hilal bin Asad al-Syaibani, *Musnad al-Imam Ahmad bin Hanbal*, Juz 7 (t.t.: Muassasah al-Risalah, t.th.), h. 221.

G. Teori Jarum Suntik

Untuk mempelajari media massa, harus diakui bahwa peran gatekeeper sangatlah vital dalam melayani konsumennya. Faktanya media massa muncul untuk meyakinkan tingkah laku, nilai, dan maksud pengirim adalah kepentingan lebih besar dari penerima.

Sampai tahun 1930-an dan 1940-an, umumnya apa yang disajikan media massa secara langsung atau kuat memberi rangsangan atau berdampak kuat pada diri *audience*. Audience, anggota dari masyarakat dianggap mempunyai ciri khusus yang seragam dan dimotivasi oleh faktor biologis dan lingkungan serta mempunyai sedikit kontrol. Tidak ada campur tangan di antara pesan dan penerima. Artinya, pesan yang sangat jelas dan sederhana akan jelas dan sederhana pula direspons. Jadi, antara penerima dengan pesan yang disebarkan oleh pengirim tidak ada perantara atau langsung diterimanya. Dalam literatur komunikasi massa, ini sering disebut dengan istilah teori jarum hipodermik (*hypodermic needle theory*) atau teori peluru (*bullet theory*). Alasannya, isi senapan (dalam hal ini diibaratkan pesan) langsung mengenai sasaran tanpa perantara. Hal ini artinya, pesan yang dikirimkan akan langsung mengenai sasarannya yakni penerima pesan, seperti peluru yang langsung mengenai sasaran.

Teori ini lebih didasarkan pada intuisi daripada bukti ilmiah, peneliti ilmu sosial yang agak kuno dan sedikit bukti empiris dampak media massa diakumulasi. Disamping itu, hal ini tidak lain karena pengaruh propaganda yang dibesar-besarkan pada perang dunia I dengan beberapa contoh kesuksesan kampanye periklanan yang secara efektif mampu memobilisasi opini publik dan perilaku konsumen.

Teori ini di samping mempunyai pengaruh yang sangat kuat juga mengasumsikan bahwa para pengelola media dianggap sebagai orang yang lebih

pintar dibanding audience. Akibatnya audience bisa dikelabui sedemikian rupa dari apa yang disiarkannya. Teori ini mengasumsikan media massa mempunyai pemikiran bahwa audience bisa ditundukkan sedemikian rupa atau bahkan bisa dibentuk dengan cara apa pun yang dikehendaki media. Intinya, sebagaimana dikatakan oleh Jason dan Anne Hill, media massa dalam teori jarum hipodermik mempunyai efek langsung “disuntikkan kedalam ketidaksadaran audience.

Berbagai perilaku yang diperlihatkan televisi dalam adengan filmnya memberi rangsangan masyarakat untuk menirunya. Padahal semua orang tahu bahwa apa yang disajikan itu semua bukan yang terjadi sebenarnya. Akan tetapi, karena begitu kuatnya pengaruh televisi, penonton tidak kuasa untuk melepaskan diri dari keterpengaruhan itu. Jika dibandingkan dengan media massa lain, televisi sering dituduh sebagai agen yang bisa memengaruhi lebih banyak sikap dan perilaku masyarakatnya.⁴³

2. Pengertian Menurut Para Ahli

Menurut Elihu Katz, model ini berasumsi :

- a. Media massa sangat ampuh dan mampu memasukkan ide-ide pada benak komunikan yang tak berdaya.
- b. Khalayak yang tersebar diikat oleh media massa, tetapi di antara khalayak tidak saling berhubungan.

Model Hypodermic Needle tidak melihat adanya variable-variable antara yang bekerja diantara permulaan stimulus dan respons akhir yang diberikan oleh mass audience. Elihu Katz dalam bukunya, “*The Diffusion of New Ideas and Practices*” menunjukkan aspek-aspek yang menarik dari model hypodermic needle ini, yaitu :

⁴³ Nurdin, Pengantar Komunikasi Massa, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 165-166

- a. Media massa memiliki kekuatan yang luar biasa, sanggup menginjeksikan secara mendalam ide-ide ke dalam benak orang yang tidak berdaya.
- b. *Mass audience* dianggap seperti atom-atom yang terpisah satu sama lain, tidak saling berhubungan dan hanya berhubungan dengan media massa.

Kalau individu-individu mass audience berpendapat sama tentang suatu persoalan, hal ini bukan karena mereka berhubungan atau berkomunikasi satu dengan yang lain, melainkan karena mereka memperoleh pesan-pesan yang sama dari suatu media Schramm. Model Hypodermic Needle cenderung sangat melebihkan peranan komunikasi massa dengan media massanya.⁴⁴

⁴⁴ <https://www.kompasiana.com/cdn.ampproject.org>, di akses 02 September 2019

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan di lakukan di kantor Radio Fajar Fm yang berada di gedung Graha Pena Jl. Urip Sumaharjo No.20 Pampang, Kecamatan Panakukang. Kota Makassar. Sulawesi selatan.

B. Pendekatan Penelitian

Adapun jenis pendekatan penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai Strategi

Radio Fajar FM dalam Mempertahankan Pendengarnya secara mendalam dan komprehensif.

C. Sumber Data

Sumber data terbagi atas dua, yaitu data primer dan data sekunder

1. Data Primer

Data primer data yang diperoleh secara langsung dengan narasumber yang dianggap berpotensi dalam memberikan informasi yang dibutuhkan, dan benar-benar turun langsung dilapangan. Adapun informan yang dimaksud adalah orang yang terlibat dalam bagian penyiaran Radio Fajar 89.3 FM, yaitu A.Akhiruddin selaku Wakil Direktur Pemasaran, Erwin Basir selaku Penanggung Jawab Program, Triana Sari selaku Produser Program, dan Jabal Rahmat selaku Penyiar.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh orang lain, bukan peneliti itu sendiri. Data ini biasanya berasal dari penelitian lain yang dilakukan oleh lembaga-lembaga atau organisasi. Contohnya data yang diambil dari telaah pustaka, dokumen atau arsip arsip, seperti jurnal, makalah, artikel, internet, dan data yang berhubungan dengan Radio Fajar 89.3 FM.

D. Metode Pengumpulan data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu:

a. Observasi

Teknik observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data kualitatif yang dianjurkan untuk mendapatkan data-data deskriptif. Teknik observasi berasal dari

kata observation yang berarti pengamatan. Teknik observasi digunakan untuk memahami pola, norma, dan makna perilaku dari informan yang diteliti.

b. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan pihak yang dianggap dapat memberikan (informasi) dan berkompeten sesuai dengan permasalahan dalam penelitian. Untuk penelitian kualitatif, pertanyaan yang digunakan dalam wawancara merupakan pertanyaan terbuka, sehingga informan bisa menjawab dengan lebih komprehensif. Dengan menggunakan metode wawancara, kamu bisa mendapatkan informasi primer dari informan dan juga bisa berinteraksi secara langsung.

Tabel 1.2 Data Informan

Informan	Umur	Pekerjaan
A.Akhiruddin	40 Tahun	Wakil Direktur Pemasaran
Erwin Basir	38 Tahun	Penanggung Jawab Program
Triana Sari	29 Tahun	Produser Program
Jabal Rahmat	27 Tahun	Penyiar

c. Dokumen

Kamu juga bisa menggunakan kajian dokumen untuk mencari data penelitian kualitatifmu. Contoh kajian dokumen yang bisa digunakan antara lain meneliti naskah lama, foto-foto, film, maupun hasil penelitian sebelumnya atau buku yang terkait dengan penelitianmu.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah Merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang bermanfaat untuk menjawab permasalahan penelitian. Menurut Sugiono definisi instrument penelitian ialah alat bantu yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengukur fenomena alam serta sosial yang sesuai dengan variabel penelitian.

Dari pengertian instrument penelitian menurut para ahli diatas, dapatlah disimpulkan bahwa instrument penelitian ialah metode penelitian yang dilakukan untuk mengukur dan mengambil data primer (langsung dari lapangan) melalui kajian-kajian yang empiris serta sistematis.

F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

Analisis data kualitatif berkaitan erat dengan metode pengumpulan data, yaitu observasi dan wawancara atau pun focus group discussion. Bahkan terkadang suatu teori yang dipilih berkaitan erat secara teknis dengan metode pengumpulan data dan metode analisis data.⁴⁵

G. Keabsahan Data

Penelitian kualitatif harus mengungkap kebenaran yang objektif. Karena itu keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Melalui keabsahan data kredibilitas (kepercayaan) penelitian kualitatif dapat tercapai.

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Adapun triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang

⁴⁵ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*: (Jakarta: Kencana, 2007), h. 79

memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Dalam memenuhi keabsahan data penelitian ini dilakukan triangulasi dengan sumber. Menurut Patton, triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Triangulasi dengan sumber yang dilaksanakan pada penelitian ini yaitu membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.

BAB IV

STRATEGI RADIO FAJAR FM DALAM MEMPERTAHANKAN PENDENGARNYA

A. Gambaran Umum Radio Fajar FM

1. Sejarah Radio Fajar

Perkembangan dunia informasi dalam era globalisasi telah menjadi suatu keharusan bagi media untuk menyajikan berita dan informasi aktual, yang dibarengi dengan kecepatan dan ketepatan yang dikembangkan untuk menjadi yang terdepan dengan menganut unsur persaingan dan daya jangkau, tetapi tidak melupakan aturan main dan etika. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi serta berkembangnya teknologi informasi, media yang awalnya hanya sebagai sarana sumber berita dan informasi juga menambah fungsi sebagai bagian yang dapat di komersialkan yang pada akhirnya membuat informasi menjadi mahal.

Memasuki millennium baru, radio merupakan media komunikasi yang tak kalah pentingnya dibandingkan dengan media komunikasi lainnya seperti televisi, surat kabar, bahkan internet. Tidak ada sejangkal tanah maupun permukaan laut yang tidak terjamah oleh sinyal elektromagnetik yang dipancarkan oleh lebih dari 35.000 stasiun radio di seluruh dunia. Peranan dan pengaruhnya sangat besar dalam kehidupan masyarakat. Jangkauan siaran radio dapat mencapai sasaran dalam jarak jauh tanpa mengenal adanya batasan ruang dan letak geografis dari suatu tempat.¹

Radio siaran yang dikelola dengan sebuah badan usaha berbentuk perseroan terbatas (PT), sehingga radio siaran sebagai industri dan bisnis yang mengelola

¹ Dokumen *Company Profile* Radio Fajar 89.3 FM, 01 September 2019

sumber daya manusia dan memberi keuntungan secara finansial. Dengan demikian, Radio Fajar 89.3 FM yang sudah mengudara hampir 16 tahun lamanya, pada tahun 2002 melakukan surat izin siaran, pemancar, dan membuat situs web serta surat izin lainnya. Lalu bergabung dan menyewa tempat di RRI, setelah itu pada tahun 2004 Radio Fajar akhirnya resmi mendapat izin siaran dan pindah kantor di jalan racing center. Pada tahun 2006 hingga 2015 Radio Fajar kembali pindah lokasi siaran di Graha Pena Lt.3 Jl. Urip Sumahorja. Dan pada tahun 2016 pada tanggal 01 januari hingga sekarang Radio Fajar 89.3 FM bergabung atau bersinergi dengan Fajar TV disebabkan karena adanya perubahan struktur manajemen khususnya direksi bahwa sesuai keputusan direksi Fajar FM dan Fajar TV resmi untuk bergabung dan bekerjasama.

2. Maksud dan Tujuan Radio Fajar

Keberadaan radio juga sangat penting dibanding media massa lainnya, karena kemampuannya menyampaikan informasi dengan cepat dan khalayak dapat secara langsung menerima informasi tepat pada saat yang diinginkan. Di samping itu, dari segi materi, penggunaan medium radio siaran relative cukup murah dibandingkan media massa lain. Bahkan radio dapat menjangkau masyarakat dari semua strata sosial baik yang berpenghasilan tinggi, menengah, maupun yang berpenghasilan rendah.

Tujuan yang hendak dicapai oleh organisasi penyiaran ada yang bersifat ideal, materil maupun kedua-duanya. Dalam usaha pencapaian tujuan ini, maka pengelola siaran mempunyai tanggung jawab moral terhadap khalayak. Tuntutan tersebut seiring dengan perkembangan radio siaran di Indonesia, khususnya di Makassar yang menunjukkan persaingan ketat.

Fajar FM, adalah satu di antara radio yang saat ini mulai menapakkan langkah, telah menyelenggarakan siaran secara terpadu dan *continue* yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat akan *Berita dan Informasi (News and Information)*, *Pendidikan (Education)* dan *Hiburan (Entertainment)* secara professional dan berbudaya.

Penyajian program yang tepat serta bersinergi dengan waktu dan kebutuhan pendengar saat ini, melibatkan semua komponen masyarakat dan pemerintah, sehingga Radio Fajar FM nantinya akan menjadi alat kontrol sosial yang efektif dan efisien.

3. Visi dan Misi Radio Fajar

a. Visi Radio Fajar

Sebagai media penyebaran berita dan informasi yang aktual, tercepat dan terpercaya serta berimbang, sekaligus menjadi lembaga penyiaran yang mendidik dengan tidak melupakan fungsi hiburan bagi masyarakat (*audience*).

b. Misi Radio Fajar

Radio Fajar memiliki beberapa misi yang dijabarkan dalam beberapa point berikut :

- 1) Memberikan kepuasan kepada pendengar (audience) dalam menyajikan Berita dan Informasi
- 2) Membangun komunikasi partisipatif terbuka dan demokratis
- 3) Menyajikan program konstruktif, edukatif, entertainment, sebagai upaya dari pencerahan dan pencerdasan khalayak

- 4) Membangun kemitraan dan perluasan jaringan bisnis untuk kelangsungan usaha yang dapat memberikan keuntungan dan kesejahteraan bagi semua pihak yang ikut di dalamnya.
- 5) Memberikan solusi terhadap problema sosial yang terjadi di masyarakat dalam bentuk partisipasi aktif *audience* untuk membentuk opini publik. ²

4. Logo Radio Fajar

Gambar 1.1 Logo Radio Fajar 89.3 FM



Sumber : Dokumen Company Profile, Radio Fajar 89.3 FM, 01 September 2019

<i>Company</i>	: PT. Radio Fajar FM
<i>Station</i>	: Radio Fajar 89.3 FM
<i>Segment</i>	: News, Talk & Entertainment
<i>Air Time</i>	: 06.00 – 23.00 WITA
<i>Coverage Areas</i>	: Makassar Dan Sekitarnya
<i>Transmitter Power</i>	: 2000 Watt
<i>Address</i>	: Fajar Graha Pena Lt. 2, Jl. Urip Sumoharjo No. 20 Makassar
<i>Phone</i>	: (0411) 447447
<i>Fax</i>	: (0411) 438847
<i>Email</i>	: fajarfmmakassar@gmail.com

² Dokumen *Company Profile* Radio Fajar 89.3 FM, 01 September 2019

Radio Fajar 89.3 FM yang telah menyelenggarakan siaran secara terpadu dan juga berorientasi pada kebutuhan informasi dimasyarakat. Sesuai dengan taglinenya *News, Talk, & Entertainment* yang artinya sebagai salah satu media penyiaran yang menyajikan berita, informasi, pendidikan, dan juga hiburan secara profesional dan berbudaya.

Penyajian program – program di Radio Fajar sendiri telah disiarkan dengan tepat serta bersinergi pada waktu dan kebutuhan pendengar di masa kini dan mendatang, yang melibatkan masyarakat juga pemerintah. Sehingga Radio Fajar FM dapat menjadi alat kontrol sosial yang efektif dan efisien.

Radio Fajar FM mempunyai beberapa aturan yang berhubungan dengan rencana kerja yakni sebagai berikut :

a. Kelembagaan

- 1) Pengurusan izin penyiaran berdasarkan UU NO. 22 Tahun 2002 penyiaran.
- 2) Menyempurnakan kelembagaan sebagai lembaga penyiaran swasta melalui penyempurnaan organisasi.

b. Program

- 1) Meningkatkan dan membuat program sesuai dengan kebutuhan target pendengar, sesuai hasil survey.
- 2) Memperbanyak dan meningkatkan kualitas laporan langsung.
- 3) Meningkatkan kerjasama promosi dengan media lain.
- 4) Meningkatkan kualitas program talkshow dalam dan luar studio (silang).
- 5) Membuat kerjasama dalam kegiatan sosial kemasyarakatan.
- 6) Menambah koleksi lagu.

- 7) Membuat program acara berhadiah/kuis.
- 8) Evaluasi program acara dan merancang program yang baru, sesuai kebutuhan target pendengar.
- 9) Kegiatan Off Air.
- 10) Sosialisasi program acara.

c. Sumber Daya Manusia

- 1) Peningkatan kualitas/mengadakan pelatihan atau traning internal.
- 2) Meningkatkan kesejahteraan.
- 3) Meningkatkan kedisiplinan.
- 4) Evaluasi kinerja karyawan/ti.

d. Teknik

- 1) Melakukan pemeliharaan perangkat.
- 2) Peningkatan kualitas modulasi.
- 3) Penambahan daya pancar pemancar.

e. Lokasi Siaran dan Jam Siaran Radio Fajar

Radio Fajar beralamat di jalan Urip Sumahardjo No. 20. (SMS di 0811410893). Radio Fajar FM mengudara selama 18 jam, yakni dimulai dari pukul 06.00 pagi sampai 23.00 malam dengan berbagai macam program acara siaran yang disajikan dan termasuk dari program – program unggulan seperti program Seputar Makassar & Sekitarnya yang disajikan setiap hari senin – sabtu pada pukul 10.00 – 11.00 WITA dan ada program Fajar Info Pagi disajikan pada hari senin – sabtu yaitu pukul 06.00 – 07.30 pagi, dan ada juga program hiburan yaitu INTRIK (Indonesia

Trend Musik) disajikan setiap hari senin – sabtu, pukul 14.00 – 15.00 WITA dihari sabtu & hari minggu pada pukul 12.00 – 15.00 WITA. Semua program yang ada di Radio Fajar FM guna untuk memanjakan dan memuaskan para pendengar setia Radio Fajar 89.3 FM yang jangkauan siarannya hanya di wilayah Kota Makassar dan sekitarnya.³

d. Keunggulan Radio Fajar

- 1) Memutar lagu – lagu Indonesia dan barat masa kini, dan informasi yang terbaru/ terupdate.
- 2) Memiliki penyiar yang berkualitas dan cara penyiar yang ramah/ akrab dengan pendengarnya.
- 3) Memiliki pendengar setia.
- 4) Menghadirkan/ mengundang langsung narasumber yang bersangkutan dengan topik yang disiarkan.
- 5) Jangkauan siaran Radio Fajar FM di wilayah makassar dan sekitarnya, seperti maros, pangkep, takalar dan lainnya

e. Kelemahan Radio Fajar

- 1). Penyajian berita untuk memberikan informasi dari program yang disiarkan hanya diperoleh dari media lain misalnya di Fajar TV atau online. Sehingga di Radio Fajar FM masih kurang memproduksi berita sendiri.

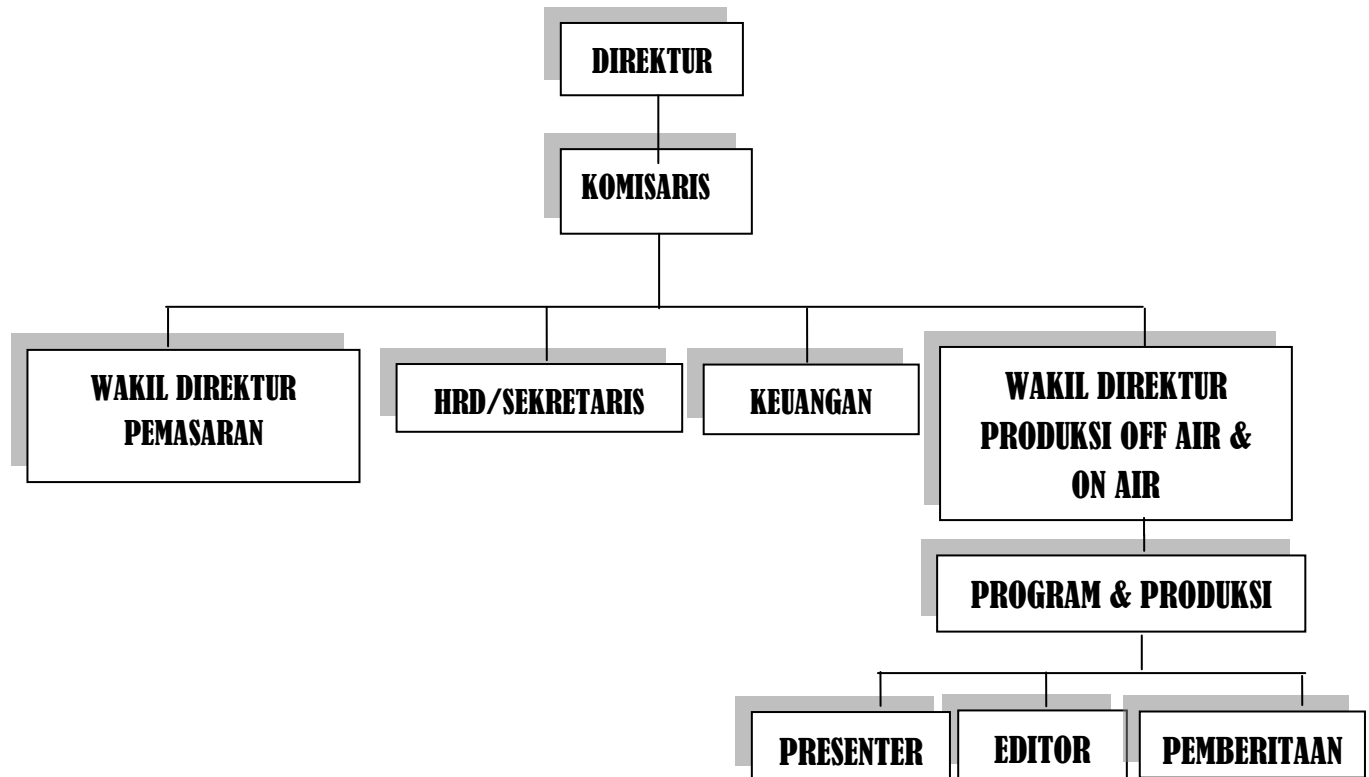
Pernyataan di atas menyatakan bahwa hambatan Radio Fajar dalam mempertahankan pendengarnya melalui siaran program – programnya sebagai media penyiaran ialah dari segi jangkauan atau alat pemancar serta banyaknya diluar sana

³ Dokumen Company Profile Radio Fajar 89.3 FM, 01 September 2019

stasiun radio yang menjadi pesaing bagi radio fajar baik itu dari segi stasiunnya maupun program – program yang disiarkan. Tak hanya itu, pada era sekarang ini dengan kemajuan teknologi serta akses untuk mendapat informasi yang begitu cepat dan mudah.

Namun, itu tidak menjadi hambatan bagi Radio Fajar untuk tetap mengudara dan tidak menjadi suatu hal yang mengkhawatirkan jika mundurnya pendengar setia Radio Fajar FM khususnya terhadap program – program unggulan yakni Seputar Makassar & Sekitarnya dan INTRIK (Indonesia Trend Musik). Karena sampai saat ini Radio Fajar mempunyai pasar tersendiri serta pendengar setianya sehingga Radio Fajar mampu bertahan sampai saat ini.

5. Struktur Organisasi & Uraian Tata Kerja



Sumber : Dokumen Company Profile Radio Fajar 89.3 FM, 01 September 2019

Susunan Penanggungjawab Penyelenggara Siaran Radio Fajar FM

- | | |
|--|-------------------------|
| 1. Penanggung Jawab | : Abdul Karim Alwi Hamu |
| 2. Wadir Pemasaran (Marketing) | : A.Akhiruddin |
| 3. Wadir Produksi offair/onair (Pemberitaan) | : Erwin Basir |
| 4. Program | : Usmar Lahadji |
| 5. Keuangan | : Hasni S. |
| 6. HRD/Sekretaris | : Triana Sari |
| 7. Umum | : Abdon Atakari |

6. Format Siaran

a.Segmen Pendengar

Radio Fajar merupakan salah satu radio yang memiliki pendengar terbanyak, dengan segmentasi 20 – 29 tahun, lima tahun ke depan segmen pendengar ini yang 20 (dua puluh) tahun sebagian akan menjadi anak – anak dewasa, atau mahasiswa kaum intelektual dan lainnya yang menjadi usia produktif. Dan yang bersegmen 30 (tiga puluh) tahun akan lebih matang di posisinya saat ini, untuk itu dibutuhkan strategi agar segmen tersebut terus menjadi pendengar setia Radio Fajar. Salah satu *upgrade* program. Adapun sasaran pendengar Radio Fajar Makassar diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 1.3 Sasaran Pendengar Radio Fajar 89.3 FM

Usia	20 – 29 Tahun	5 %
	30 – 39 Tahun	35 %
	40 – 50 Tahun keatas	15 %
Jenis kelamin	Pria	60 %
	Wanita	40 %
Status Ekonomi Dan Sosial	A	15 %
	B	35 %
	C	45 %
	D	5 %
Pendidikan	SMA	10 %
	Perguruan Tinggi	90 %
	Total	100 %
Pekerjaan	Pegawai Swasta	30 %
	Wiraswasta	30 %

	Mahasiswa	10 %
	Ibu Rumah Tangga	25 %
	PNS/TNI/POLRI	5 %
	Total	100 %

Sumber : Dokumen Company Profile Radio Fajar 89.3 FM, 01 September 2019

b. Format Siaran

Format siaran Radio Fajar 89.3 FM adalah lagu yang diputar seluruhnya lagu – lagu pop Indoneisa yang menjadi trend musik masa kini, dan juga menghadirkan informasi berupa News, Infotainment, dan Talkshow.

Tabel 1.4 Komposisi Siaran Radio Fajar 89.3 FM

Berita	30 %
Pendidikan dan Kebudayaan	10 %
Siaran Agama	10 %
Hiburan dan Musik	20 %
Iklan	25 %
Layanan Masyarakat	5 %
Total	100 %

Sumber : Dokumen Company Profile Radio Fajar 89.3 FM, 01 September 2019

d. Waktu Siaran

Waktu Siaran Radio Fajar 18 jam, mulai dari jam 06.00 Wita sampai dengan jam 23.00 Wita, baik itu hari kerja maupun hari libur dan hari – hari peringatan yang memiliki momen.

e. Penyiar dan Karyawan Radio Fajar

Karyawan di Radio Fajar FM berjumlah 10 orang yang termasuk di dalamnya direktur Radio Fajar sendiri. Dan juga termasuk wakil direktur produksi dan program, wakil direktur pemasaran, serta penyiarnya.

7. Program Siaran Radio Fajar 2019

Tabel 1.5 Program Siaran Radio Fajar 89.3 FM

Program	Waktu		Hari
Semangat Pagi	06.00 – 09.00		Senin – Minggu
Seputar Makassar & Sekitarnya	09.00 – 10.00		Senin – Sabtu
Liriik	10.00 – 11.00	Relay Fajar Tv	Senin – Sabtu
Musik Pagi	11.00 – 12.00		Senin – Sabtu
Kareba Siang	12.00 – 13.00	Relay Fajar TV	Senin – Sabtu
Musik Siang	13.00 – 14.00		Senin – Sabtu
Intrik	14.00 – 15.00		Senin – Sabtu
Musik On The Way	15.00 – 15.30		Senin – Sabtu
Musisi	15.30 – 17.00	Relay Fajar TV	Senin – Sabtu
Makbicara	17.00 – 18.00	Relay Fajar TV	Senin – Sabtu
Musik Selingan	18.00 – 19.00		Senin – Sabtu
Kareba Malam	19.00 – 20.00	Relay Fajar TV	Senin – Sabtu
Metro Night	20.00 – 23.00		Senin – Sabtu
Intrik sps minggu	12.00 – 15.00		Minggu
Harmoni Keluarga	09.00 – 12.00		Minggu
Zona Minggu Sore	15.00 – 18.00		Minggu

Old time memory	18.00 – 21.00		Minggu
Metro Night minggu	21.00 – 23.00		Minggu

Sumber: Dokumen Company Profile Radio Fajar 89.3 FM, 01 September 2019

Adapun program unggulan di Radio Fajar 89.3 FM sendiri yaitu program seputar makassar dan sekitarnya dimana program ini sajikan terkait kebijakan publik (pemerintahan) atau lebih kepada fasilitas umum, sosial, serta pelayanan publik. Jadi program ini membahas seputar persoalan atau masalah yang terjadi di tengah masyarakat. Selain itu, program ini tidak hanya memberikan informasi tetapi juga mengundang langsung narasumber terkait masalah yang terjadi, sehingga masyarakat atau pendengar mendapat solusi dan informasi yang akurat. Kemudian program unggulan selanjutnya ada program Indonesia Trend Musik (INTRIK) adalah program yang memutar lagu – lagu populer dan banyak disukai oleh pendengar, dimana program pendengar setia Fajar 89.3 FM bisa merequest lagu kesukaan dan kirim – kirim salam kepada teman, sahabat, atau keluarga dekatnya. Dan program ini banyak peminatnya karena ada pendengar yang lebih puas ketika bisa mengutarakan dan berbagi kisah atau sharing serta mendapat respon positif dari pendengar lainnya.

B. Upaya Radio Fajar FM dalam mempertahankan pendengarnya

Strategi adalah sebagai suatu perencanaan yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi untuk menjalankan aktivitas suatu perusahaan tersebut yang tujuannya agar perusahaan tersebut dapat berjalan dan terarah kedepannya dan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan.

Strategi juga dapat diartikan sebagai upaya atau keseluruhan keputusan tentang tindakan yang harus dijalankan saat ini sesuai dengan kondisi dan situasi yang berlaku di perusahaan tersebut. Tak hanya itu, strategi hanya dapat diterapkan

oleh perusahaan yang memiliki misi, tujuan, dan sasaran yang jelas. Strategi tidak akan lepas dengan menghubungkan sumber daya manusia dan berbagai sumber lainnya untuk menghadapi tantangan dan resiko dikemudian hari baik dari lingkungan luar dan dalam dari suatu perusahaan. Dengan demikian dalam mempertahankan pendengar tentunya tidak terlepas dari peran dan fungsi radio itu sendiri untuk menyajikan program – program acara yang menarik untuk masyarakat dan sesuai apa yang menjadi kebutuhan pendengar.

Dalam mempertahankan pendengar Radio Fajar 89.3 FM, memiliki beberapa upaya diantaranya :

1. Penyajian program – program berdasarkan kepentingan pendengar dan berorientasi kepada pengiklan

Media penyiaran seperti radio agar dapat bertahan di era kemajuan teknologi dan informasi, harus di butuhkan kreativitas untuk menyajikan program – program sesuai kebutuhan telinga pendengar saat ini dan berkoneksi dengan iklan agar program tersebut dapat disiarkan secara maksimal. Seperti yang dikemukakan oleh A. Akhiruddin selaku wakil direktur pemasaran menambahkan yaitu :

“Radio Fajar sendiri dalam penyajian programnya kita lakukan evaluasi program tiap minggu, agar kita bisa mengetahui apa – apa saja yang perlu di evaluasi dalam program tersebut, juga kita mengembangkan ide – ide kreatif untuk menyajikan program – program yang menarik dan sesuai kebutuhan dan kepentingan pendengar masa kini, serta orientasi kita dengan koneksi kepada pengiklan jadi semaksimal mungkin itu kita lakukan.”⁴

⁴ A. Akhiruddin (40 tahun), Wakil Direktur Pemasaran, *Wawancara*. Makassar 02 September 2019

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi kini semakin canggih sehingga Radio Fajar FM melakukan evaluasi dan inovasi untuk meningkatkan kualitas radio tersebut, dengan cara mengikuti perkembangan zaman, mengembangkan ide dan juga menyajikan program – program yang dibutuhkan untuk kepentingan pendengarnya. Tak hanya itu agar Radio Fajar dapat bertahan dan eksis di tengah masyarakat, maka dari itu Radio Fajar melakukan hubungan kerjasama dengan para pengiklan untuk memproduksi setiap program, misalnya program unggulan Seputar Makassar dan Sekitarnya banyak iklan yang ingin mensponsori karena pendengarnya banyak dan untuk mempertahankan pendengar maka dibutuhkan banyaknya iklan yang masuk dalam program tersebut.

2. Sistem manajemen dalam perekrutan penyiar

Sistem manajemen dalam hal ini, data pendengar di Radio Fajar lebih kepada pendengar yang dewasa sekitar 80 %, sehingga menjadi hal yang mengikat untuk bisa lebih konsistensi. Seperti yang dikatakan oleh A. Akhiruddin selaku direktur pemasaran bahwa :

“hal ini sangat penting, karena audio profile dari Fajar FM lebih kepada dewasa mungkin 80 % dan 20 % jadi ini yang mengikat supaya kita bisa lebih konsistensi, karena banyak penyiar yang asal penyiar tetapi orientasinya hanya untuk kepentingan sendiri.”⁵

Sumber daya manusia dalam perusahaan media menjadi hal yang penting dalam keberlangsungan media tersebut, karena persaingan media saat ini cukup sengit sehingga adanya upaya dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia, misalnya setiap individu yang bekerja di media harus mempunyai kemampuan lebih dari satu atau *multitasking*.

⁵ A. Akhiruddin (40 tahun), Wakil Direktur Pemasaran, *Wawancara*. Makassar 02 September 2019

3. Komitmen dalam mempertahankan program

Radio menjaga eksistensinya melalui program – program unggulannya agar Radio Fajar tersebut tetap bertahan dan di dengar oleh masyarakat. Yang dikemukakan oleh Erwin Basir selaku penanggung jawab yaitu :

“Setiap hari dalam waktu 24 jam pasti ada yang mendengarkan radio, ada yang mendengarkan sambil beraktivitas atau sementara diperjalanan di dalam mobil. Sehingga komitmen kita untuk selalu mempertahankan program memang perlu, sebab radio didengar oleh pendengarnya karena penyajian programnya itu menarik dan terhibur.”⁶

Komitmen yang dimaksud adalah tetap fokus dalam pendirian untuk mencapai tujuan dari program yang disajikan, karena setiap program mempunyai pendengar setianya. Komitmen radio yang harus dijaga dan yakin bahwa setiap radio ada pendengarnya, karena setiap pendengar berbeda – beda maka setiap hari pendengar mendengar radio dengan *channel* yang berbeda – beda tergantung dari selera dan kesukaan pendengar.

4. Melakukan pembaharuan pendengar melalui survey

Melakukan pembaharuan adalah untuk mengetahui perkembangan dari pendengar Radio Fajar itu sendiri diperlukan adanya riset baik dari segi internal maupun eksternal. Seperti yang dikemukakan oleh A. Akhiruddin selaku wakil direktur pemasaran menambahkan strategi untuk mempertahankan pendengar ialah :

“ kita tidak hanya melakukan siaran atau menyiar saja tetapi salah satu hal yang harus dilakukan yaitu melalui riset, ada riset internal dimana kita membuka line telepon setiap harinya, misalnya ingin mengadakan talkshow, memutar lagu. Dan dari hal itu kita bisa mencatat di bank audio dimana ini pendengar, apakah setiap harinya mendengar radio fajar atau berapa kali

⁶ Erwin Basir, Penanggung Jawab dan Wakil Direktur Produksi Program On Air/Off Air, *Wawancara*. Makassar 02 September 2019

dalam satu hari dimana dan pada saat apakah ia mendengar radio. Dan juga kita mencatat demografi umur yang mana lebih dominan kemudian kategori wanita/pria apakah dia pegawai swasta atau pemerintah dan lainnya. Jadi semua susunan kualifikasi sosial mereka kita ukur pendengarnya supaya bisa teratur dan kita bisa memetakan kira – kira radio kita ini nanti untuk pengiklan yang cocok dimana. Ada riset eksternalnya, namun kita lebih berorientasi kepada riset internalnya saja dikarenakan biaya yang mahal, jadi lebih baik kita pergunakan yang didalam dibanding diluar”.⁷

Dalam dunia persaingan media saat ini, penting adanya dilakukan pembaharuan dan riset tujuannya agar dapat mengetahui perkembangan pendengar dengan cara terlebih dahulu melakukan riset internal melalui line telepon setiap harinya atau live interaktif, misal ingin mengadakan talkshow sehingga dari hal tersebut Radio Fajar FM bisa mencatat atau mempersentasikan berapa pendengar yang mendengarkan Radio Fajar itu sendiri, dan mencatat demografi umur serta kategori wanita/pria dan status pekerjaannya. Dan untuk riset eksternalnya tidak dipergunakan karena biaya yang mahal, maka dari itu orientasinya lebih kepada riset internal.

5. Konsistensi terhadap Radio itu sendiri

Konsistensi radio itu misalnya di Radio Fajar FM lebih kepada berita untuk informasi kepada masyarakat. Seperti yang dikatakan kembali oleh A. Akhiruddin konsistensi yang dimaksud ialah :

“konsistensi radio adalah menyajikan berita sehingga lebih dominan program – program yang disajikan seputar informasi baik itu masalah sosial, ekonomi dan sosial budaya, juga diadakan talkshow. Dengan demikian dalam hal ini lebih memperdalam informasi – informasi sesuai kebutuhan masyarakat. Berita yang disajikan juga didukung oleh berbagai media yang ada di Fajar

⁷ A. Akhiruddin (40 tahun), Wakil Direktur Pemasaran, *Wawancara*. Makassar 02 September 2019

Group seperti koran, online dan TV. Sehingga terjadi sinergitas untuk memperkuat sumber berita yang akurat dan terpercaya”.⁸

Konsistensi dari Radio Fajar Fm adalah ketetapan dalam bertindak untuk melalui setiap proses dari berbagai hal yang ingin dicapai, misalnya Radio Fajar sekarang ini lebih banyak menyajikan program – program seputar informasi berita yang terjadi ditengah masyarakat Kota Makassar dari masalah aspek sosial, ekonomi, budaya, dan politik. Sehingga program – program yang sajikan lebih dominan ke informasi berita.

6. Penyajian program siaran lebih kepada informasi berita

Penyajian program adalah di Radio Fajar FM saat ini telah menyajikan berbagai macam program – program yang telah siarkan dan lebih dominan kepada penyajian seputar berita informasi. Contohnya di program Seputar Makassar dan Sekitarnya dan Fajar Info Pagi, program ini menjadi salah satu program unggulan karena banyak digemari oleh masyarakat/pendengar.

7. Mengadakan evaluasi setiap minggu

Mengevaluasi yang dimaksud adalah mengontrol setiap program – program baik itu dari segi siaran program, rundown, maupun pendengarnya. Seperti yang dikemukakan oleh Erwin Basir selaku penanggung jawab dan wakil direktur produksi program On Air/Off Air mengenai evaluasi ialah :

“pentingnya kita melakukan evaluasi setiap minggu tujuannya untuk melihat perkembangan setiap program yang disiarkan, misalnya di program seputar makassar dan sekitarnya lagi terjadi musim kemarau panjang kita lalu mengundang narasumbernya langsung terkait masalah tersebut contohnya dari pihak PDAM untuk menghadiri acara talkshow. Sehingga informasi yang disampaikan lebih updae dan terpercaya. Selain itu kita juga ada

⁸ A. Akhiruddin (40 tahun), Wakil Direktur Pemasaran, *Wawancara*. Makassar 02 September 2019.

evaluasi untuk iklan misalnya ada berapa iklan yang ingin masuk diprogram seputar makassar dan sekitarnya, dan terakhir kita juga evaluasi untuk penyiar, jadi penyiar disini tidak monoton hanya disatu program, tetapi semua program juga harus dikuasai dikarenakan jumlah penyiar masih minim dan kami relay juga dari Fajar TV, sehingga presenter dan penyiar punya tugas yang sama.⁹

Radio yang maju dan tetap terkenal sampai saat ini, karena adanya evaluasi atau pembelajaran setiap minggu, salah satu hal inilah yang dilakukan untuk mempertahankan Radio dengan program dan pendengarnya. Pengadaan evaluasi di Radio Fajar FM terdiri dari yaitu, setiap minggu evaluasi program, evaluasi iklan, dan evaluasi penyiar. Tujuannya untuk memperbaiki yang masih kurang selama produksi program itu berjalan, meningkatkan hal yang perlu diperhatikan dalam menyiar misalnya menguasai setiap program yang ada dengan banyak karakter yang berbeda, dan untuk evaluasi iklan, tergantung dari bagian pemasaran yang mengatur berapa banyak pengiklan yang ingin masuk dalam produksi program yang disajikan. Misalnya dalam satu hari iklan yang masuk dua belas atau lebih dari itu.

8. Melakukan meeting setiap bulan dan pertiga bulan

Tujuannya untuk mengetahui perkembangan dan mengevaluasi program – program yang disajikan, juga dari segi sumber daya manusia dan bagian teknis agar dapat menjadi proses pembelajaran demi tercapainya tujuan dan visi misi dari Radio Fajar sendiri. Seperti yang ditambahkan oleh Triana Sari selaku Produser Program yaitu :

“kita lakukan meeting setiap bulan untuk mengetahui perkembangan dari program – program yang sudah kami sajikan dan di siarkan, agar kita bisa mengembangkan ide program apa yang akan kami munculkan lagi atau

⁹ Erwin Basir (38 tahun), Penanggung Jawab dan Wakil Direktur Produksi Program On Air/Off Air, *Wawancara*. Makassar 02 September 2019

program apa yang perlu diperbaiki. Tujuannya untuk Radio Fajar FM bisa bertahan dan eksis juga disukai oleh masyarakat.”¹⁰

Sebuah perusahaan perlu adanya dilakukan meeting atau rapat minimal setiap bulan atau pun pertiga bulannya, kita ketahui bahwa Radio Fajar FM merupakan sebuah lembaga media penyiaran yang sudah berdiri sejak lama hampir 16 tahun, sehingga penting adanya meeting agar dapat mengetahui seperti apa perkembangan Radio Fajar FM setiap bulannya.

9. Menjadikan program unggulan tetap menarik perhatian pendengar.

Maksud dalam hal ini adalah untuk bisa mempertahankan pendengar, sebaiknya lebih dulu membuat program itu bisa menarik bagi pendengar dan juga menjadi program unggulan. Seperti yang dikatakan oleh Jabal Rahmat selaku penyiar yaitu :

“program unggulan agar tetap menarik bagi pendengar setianya adalah misalnya program Seputar makassar dan sekitarnya menjadi program unggulan saat ini karena program yang disajikan mengenai kebijakan publik terkait persoalan yang terjadi di masyarakat, sehingga dengan adanya program ini masyarakat dapat menyampaikan keluhan atau aspirasinya. Dari semua aspek yang terjadi ditengah lingkungan masyarakat seperti sosial, ekonomi, dan politik. Lalu menghubungkan ke narasumber terkait masalah yang terjadi untuk mendapat informasi lebih lanjut dan terpercaya Dengan demikian program ini masih banyak digemari oleh masyarakat karena keunggulannya.”¹¹

Saat ini, kondisi media massa tengah menghadapi persaingan ketat akibat kemunculan media baru. Sumber informasi tak hanya dari media cetak atau pun dari media elektronik seperti televisi dan radio, tetapi kini khalayak dapat memperoleh

¹⁰ Triana Sari (29 tahun), HRD dan Produser Program Musik, *Wawancara*. Makassar 02 September 2019

¹¹ Jabal Rahmat (27 tahun), Penyiar, *Wawancara*. Makassar 02 September 2019

informasi secara online atau melalui internet. Sehingga perlu adanya upaya dan strategi untuk mempertahankan media dan pendengar dan salah satu upaya Radio Fajar Fm adalah memiliki keunikan agar bisa menjadi Radio yang menarik dari segi penyajian program – program, penyebaran informasi yang terupdate, dan desain portal\ berita, konten yang dibuat seaktraktif mungkin dan terpercaya.

10. Menciptakan inovasi di dalam program – program sesuai kebutuhan atau telinga pendengar

Radio harus tetap mempertahankan ciri khasnya dengan tidak melihat orang lain, karena radio punya gayanya masing – masing. Hal ini juga dikemukakan oleh

A. Akhiruddin selaku Wakil Direktur Pemasaran yang mengatakan bahwa :

“radio harus punya inovasi setiap tahun dan mengevaluasi setiap bulannya, misalnya apa yang akan kita munculkan program lagi membuat program baru. Dengan memperhatikan berapa pendengar setiap harinya kita gambarkan secara grafik, apakah pendengar dari mulai ibu-ibu rumah tangga, pekerja, pegawai negeri maupun swasta, pelajar dan sebagainya, lalu kita juga melihat apakah penelpon hanya itu – itu saja setiap minggu, sehingga kita membuat pola untuk memetakan. Dan juga terpenting adalah untuk menjaga kontinuitas dari program, misalnya ada program yang dipertahankan, pengiklan suka, namun pendengarnya tidak suka. Nah ini keadaan yang seperti ini kita harus perhatikan dan mengevaluasi hal tersebut.”¹²

Persaingan ketat yang terjadi menuntut pihak manajemen media untuk bisa mengamati, berinovasi, dan mengembangkan medianya sesuai dengan kemajuan teknologi dan kebutuhan pasar atau khalayak. Dalam hal ini, Radio Fajar FM melakukan inovasi didalam program – programnya agar bisa bertahan dengan keunggulan atau ciri khas dari program tersebut.

¹² A. Akhiruddin (40 tahun), Wakil Direktur Pemasaran. *Wawancara*, Makassar 02 September 2019

C. Peluang dan tantangan Radio Fajar FM dalam mempertahankan pendengarnya

Peluang yang dihadapi Radio Fajar dalam mempertahankan pendengarnya ialah:

1. Melakukan strategi bisnis

Strategi bisnis Radio Fajar FM dalam mempertahankan program dan pendengarnya, maka dibutuhkan adanya iklan. Seperti yang dikemukakan kembali oleh Erwin Basir selaku penanggung jawab dan wakil direktur produksi program on air/off air mengenai hal ini yaitu :

“jadi kita punya di radio fajar itu klien untuk beriklan, misalnya untuk di program seputar makassar kita banyak menyajikan dari dinas – dinas dan humas ada juga dari swasta. Jadi program itu dapat bertahan karena ada iklan, karena iklan yang bayar itu program tersebut. Seperti iklan ini masuk di program seputar makassar karena banyak pendengarnya begitu pun dengan program intrik yang pendengarnya dari kalangan anak muda, dan memutar lagu – lagu kekinian jadi banyak iklan yang mau masuk. Misalnya sponsor dari white coffe iklan yang diselipkan saat segmen anak muda. Karena kita mempertahankan pendengar dari banyaknya iklan yang masuk dan program akan unggul dari iklan”.¹³

Strategi adalah upaya dalam persaingan bisnis saat ini, salah satu upaya Radio Fajar FM yaitu memasukkan para pengiklan yang ingin menjadi sponsor dalam program yang banyak digemari masyarakat, tujuannya agar program tersebut dapat bertahan dengan adanya iklan yang masuk. Dan juga dalam bidang pemasaran adanya peningkatan untuk memproduksi program yang baru untuk kepentingan pendengar atau khalayak umum.

¹³ Erwin Basir (38 tahun), Wakil Direktur Produksi Program On Air/Off Air, Wawancara, Makassar 02 September 2019

2. Menghadirkan Narasumber terkait masalah yang terjadi.

Memanfaatkan peluang yang ada, maka Radio Fajar menghadirkan narasumber yang berkompeten di berbagai masalah yang terjadi di tengah masyarakat. Seperti yang ditambahkan oleh Erwin Basir selaku penanggung jawab mengenai hal ini yaitu :

“setiap program menyediakan live interaktif seperti dalam program unggulannya, pendengar bisa menelpon, lalu memberitahukan keluhan. Misalnya susah gas Elpiji dipasaran, kita langsung menghubungi pihak Pertamina terkait masalah ini, lalu pihak Pertamina memberikan solusi atas keluhan masyarakat. Sehingga untuk memperjelas kembali masalah tersebut, pihak radio pun mengundang narasumber langsung datang ketempat kami untuk informasi lebih lanjut.”¹⁴

Salah satu kelebihan dari Radio Fajar FM adalah informasi yang disajikan sesuai fakta dan terpercaya dengan menghadirkan narasumber bersangkutan terkait masalah yang terjadi, sehingga masyarakat mendapat informasi secara langsung. Dan inilah menjadi penilaian masyarakat terhadap Radio Fajar FM bahwa informasi yang disajikan bisa sangat bermanfaat dan membantu masyarakat yang ingin memberikan keluhan atau menyampaikan pengaduannya terkait masalah yang dialami.

3. Bekerjasama dengan media lain

Dalam hal ini untuk Radio Fajar 89.3 FM sendiri untuk menyampaikan atau menyuarakan informasi dari program – program Radio Fajar termasuk didalamnya program – program unggulan bekerjasama dengan media lain. Seperti yang ditambahkan oleh A. Akhiruddin selaku Wakil Direktur Pemasaran bahwa :

“dari sejak tahun 2016 radio Fajar FM resmi bekerjasama atau bergabung dengan Fajar TV, sehingga dari hal ini berita atau informasi yang ada di

¹⁴ Erwin Basir (38 tahun), Wakil Direktur Produksi & Program On Air/Off Air dan Penanggung Jawab, *Wawancara*, Makassar 02 September 2019

Fajar TV menjadi bagian dari Radio Fajar FM. Dan juga radio fajar bekerjasama dengan pemerintah kota serta beberapa instansi /perusahaan dalam hal memperoleh informasi terkini.”¹⁵

Bekerjasama dengan media lain adalah salah satu upaya untuk bisa mempertahankan Radio Fajar FM tetap ada dan masih didengar oleh masyarakat. Pekerjaan di media perlu adanya kerjasama yang baik antara setiap karyawan mau pun media yang ikut bekerjasama, di media sendiri pekerjaan tim memang harus maksimal agar rencana dan tujuan yang telah dirancang dapat terealisasi dengan baik. Dan untuk Radio Fajar FM sendiri kini telah bergabung bersama Fajar TV, sehingga terjadi konvergensi satu sama lain, serta memudahkan dalam penyajian program – programnya. Selain itu, Radio Fajar FM juga bekerjasama dengan pemerintah kota dan berbagai instansi lainnya, maka dari itu Radio Fajar mengarahkan Reporter untuk melakukan liputan dalam hal memperoleh informasi.

Tantangan yang di hadapi oleh Radio Fajar FM dalam mempertahankan pendengarnya yaitu :

4. Penyiar harus lebih aktif

Sebagai seorang penyiar adalah dituntut untuk bisa lebih menguasai program yang disiarkan dan juga lebih berekspresif. Seperti yang dikemukakan oleh Triana Sari selaku produser program musik yang mengatakan bahwa :

”inti dari hal ini bagaimana penyiar bisa membawa semangat pendengar, agar pendengar tetap mendengar kita, biasanya ada beberapa pendengar tidak suka mendengar banyak bicara umumnya lebih suka mendengarkan lagu –

¹⁵ A. Akhiruddin (40 tahun), Wakil Direktur Pemasaran, *Wawancara*. Makassar 02 September 2019

lagu atau hiburan. Sehingga penyiar berusaha menyajikan program tersebut sesuai apa yang paling disukai oleh pendengar itu sendiri”¹⁶.

Strategi adalah hal yang penting dalam persaingan media untuk bisa tetap mempertahankan media dan khalayaknya. Sehingga penyiar atau sumber daya manusia menjadi salah satu peran penting dalam mencapai keberhasilan media tersebut, misalnya seorang jurnalis, juga harus bisa menjadi fotografer dan sebaliknya seorang penyiar juga bisa menjadi presenter, maka dibutuhkan kemampuan yang maksimal, untuk mempertahankan media itu tetap bertahan di era sekarang ini.

8. Mengontrol program siaran saat on air

Mengontrol setiap program siaran adalah untuk menjaga agar siaran dapat berjalan dengan lancar sesuai aturan dalam program tersebut, maka setiap program harus memiliki produsernya sendiri. Seperti yang dikemukakan oleh Triana Sari selaku produser dari program Indonesia Trend Musik (INTRIK) mengenai peluang yang dihadapi ialah :

“setiap harinya kita mengontrol program siaran pada saat on air, agar memberikan informasi aturan sesuai program yang disiarkan. Misalnya untuk program musik kami memberikan batas – batasan untuk pemutaran lagu – lagu sesuai tahun dan kebutuhan pasar atau dari telinga pendengar.”¹⁷

Di perusahaan media, mengontrol atau mengatur segala sesuatunya dengan baik dan sesuai aturan yang disepakati. Salah satunya dengan mengontrol program siaran pada saat On Air dan ini dilakukan oleh setiap produser program, agar pada

¹⁶ Triana Sari, (29 tahun), HRD dan Produser Program Musik, *Wawancara*, Makassar 02 September 2019

¹⁷ Triana Sari, (29 tahun), HRD dan Produser Program Musik, *Wawancara*, Makassar 02 September 2019

saar siaran berlangsung program yang disajikan sesuai aturan yang berlaku dan langsung dikontrol oleh produser program tersebut.

9. Menciptakan program lebih menarik

Melakukan evaluasi yang maksimal untuk seluruh program – program yang disajikan, khususnya untuk program yang menjadi unggulan agar tetap menjadi perhatian atau sukai oleh pendengar. Seperti yang dikemukakan oleh Jabal Rahmat selaku penyiar sekaligus presenter Fajar TV yang mengatakan bahwa :

“untuk bisa membuat program itu menarik, biasanya kita lebih dulu menarik perhatian pendengar. Misalnya melalui program Seputar Makassar dan Sekitarnya yang saat ini menjadi program unggulan karena program ini disajikan terkait kebijakan publik, fasilitas umum, sosial, dan pelayanan publik yang kita tonjolkan, dan biasanya untuk menarik perhatian adalah partisipasinya pendengar, contohnya ada salah satu pendengar yang menemukan fasilitas umum di luar sana yang tidak sesuai peruntukkannya atau beralih fungsi. Contoh adanya RTH (Ruang Terbuka Hijau) biasa dipergunakan oleh pedagang kaki lima, dan itu tidak sesuai fungsinya, hal itu bisa dilaporkan ke kami melalui line telepon dan sms yang kita buka. Jadi keluhan itu kita bisa laporkan atau tindak lanjuti ke dinas – dinas yang terkait masalah tersebut. Sehingga dari kelebihan program ini dapat unggul karena informasi yang disampaikan kemasyarakat mendapat respon positif dan itu membuat bertahan dan menarik bagi pendengar.”¹⁸

Peluang dan tantangan dari Radio Fajar FM sendiri adalah tetap berupaya melakukan perubahan atau inovasi yang lebih baik ke depannya agar Radio Fajar bisa menjadi salah satu media penyiaran yang bermanfaat bagi masyarakat dalam hal memberikan informasi dari berbagai bidang baik sosial, ekonomi, politik, dan budaya. Dengan demikian agar Radio Fajar dapat bertahan dengan pendengar dan program – program yang disajikan serta di unggulkan di tengah masyarakat dan mendapat respon positif bagi pendengarnya.

¹⁸ Jabal Rahmat (27 tahun), Penyiar, *Wawancara*. Makassar 02 September 2019

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian terhadap Strategi Radio Fajar FM Makassar dalam mempertahankan pendengarnya, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa:

1. Strategi Radio Fajar FM dalam mempertahankan pendengarnya adalah penyajian program – program berdasarkan kepentingan pendengar dan berorientasi kepada pengiklan, sistem manajemen dalam perekrutan penyiar, adanya komitmen radio dalam mempertahankan program, melakukan pembaharuan pendengar melalui survey/riset, konsistensi terhadap radio itu sendiri, mengadakan evaluasi setiap minggu, melakukan meeting setiap bulan dan pertiga bulan, menjadikan program unggulan tetap menarik perhatian pendengar, dan menciptakan inovasi di dalam program – program sesuai kebutuhan telinga pendengar.
2. Peluang Radio Fajar FM dalam mempertahankan pendengarnya yaitu melakukan strategi bisnis, menghadirkan narasumber terkait masalah yang terjadi, dan bekerjasama dengan media lain. Tantangan dari Radio Fajar FM adalah penyiar harus lebih aktif, mengontrol program siaran saat On Air, dan menciptakan program lebih menarik.

B. Implikasi

Setelah peneliti melakukan pengamatan, maka adapun saran diajukan sebagai berikut:

1. Diharapkan Radio Fajar FM khususnya Direktur untuk mengembangkan Sumber daya Alamnya sehingga karyawan hanya menduduki satu jabatan saja tidak merangkap menduduki dua jabatan seperti produser sekaligus penanggung jawab atau menjadi penyiar dalam satu program.
2. Diharapkan untuk seluruh pihak karyawan baik, dari wakil direktur, penanggung jawab dan produser program. Agar kiranya tetap berupaya melakukan inovasi untuk mengembangkan program – program unggulan untuk tetap bertahan dan digemari oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Al-quran dan Terjemahan, Departemen Agama RI.

Abu Abdillah Ahmad bin Muhammad bin Hanbal bin Hilal bin Asad al-Syaibani, *Musnad al-Imam Ahmad bin Hanbal*, Juz 7: Muassasah al-Risalah, t.th.

Amir, Mafri. (Etika Komunikasi Massa), *Jurnal*.
file:///C:/Users/acer/Downloads/10366-28548-1-PB.pdf (10 Januari 2019)

Akhiruddin. A, *Wakil Direktur Pemasaran*. Makassar. 2019.

Andipate Arifin Anwar, “*Paradigma Baru Public Relations Teori, Strategi, dan Riset*”, Jakarta: Pustaka Indonesia. 2016.

Basir Erwin, *Penanggung Jawab dan Wakil Direktur Produksi Program On Air/Off Air*, Makassar. 2019.

Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana. 2007.

Canggara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cetakan Kedua. Jakarta: PT Raja Grafindo Persad. 2015.

David, Fred. *Manajemen Strategi: Konsep-konsep*, Jakarta: index. 2004.

Departemen Pendidikan Nasional dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, cetakan ke-1*, <https://www.indonesia.go.id/layanan/pendidikan/sosial/kamus-besar-bahasa-indonesia-kbbi-daring> (28 Oktober 2019)

Djamal, Hidajanto. *Dasar-Dasar Penyiaran*, Jakarta: Kharisma Putra Utama. 2011.

Dokumen *Company Profile* Radio Fajar 89.3 FM. 2019.

Elvinaro, Ardianto dkk. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2007.

Effendy, Onong Uchjaya. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Edisi Keduapuluh. Bandung: Remaja Rosda Karya. 2006.

Effendi, Onong Uchjana. *Kamus Komunikasi*.

- Hidayat Rafika , “*Strategi Dakwah Radio Syiar Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam Meningkatkan mutu Siaran Keagamaan*”, Skripsi Makassar: Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. 2017.
- Mangara, Andy. *Radio an absession*, Makassar: KPID Sulsel. 2006.
- M.Ag Salihima Dra. Syamsuez. “*Hadits – hadits Sejarah*”, Makassar: Alauddin University Press. 2013.
- Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta: Kencana. 2008.
- Merta, Wijaya Ramlie R. *Strategi Penelitian Administratif*, Jurnal. <http://repository.uinbanten.ac.id/2541/8/daftarpustaka.pdf> (26 Januari 2018)
- Nurdin, Pengantar Komunikasi Massa, Jakarta: Rajawali Pers. 2014.
- Rahmat Jabal, *Penyiar*. Makassar. 2019.
- Romli, Asep Syamsul M.. *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio*, Bandung: Nuansa Cendekia. 2017.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Sinar Utama.2005.
- Rosyidi He. *Organisasi dan Manajemen*.
- Olili, Helena. *Reportase Radio dan Televisi*. Edisi 2, Jakarta: Kembangan. 2013.
- Peter, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*.Modern English. Jurnal, <http://digilib.uinsby.ac.id/15887/9/DaftarPustaka.pdf> (26 November 2016)
- Poerwodarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: PN Balai Pustaka. Jurnal, <https://erynschindlerblev.files.wordpress.com/kamus-umum-bahasa-indonesia-by-wjs-poerwadarmenta.pdf> (05 Mei 2017)
- Said, Irwanti. *Fungsi Sosial Siaran Radio*, Makassar: Alauddin University Press. 2012.
- Sari Triana. *HRD dan Produser Program Musik*, Makassar. 2019.
- Shihab M. Quraish “Tafsir Al-Mishbah”.Jakarta: Lentera hati. 2002.
- Tirsyad Rhiryn Riflyana. “*Strategi Komunikasi Penyiaran I-Radio Makassar dalam Program Soleram*”. Skripsi Makassar. Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. 2016.

Wicaksono Setyo Utomo . “*Strategi Manajemen Pemberitaan Harian Ujungpandang Ekspres dalam Menghadapi Persaingan dengan Media Online*”, Skripsi Makassar. Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. 2018.

Winarni. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, UMM Press. 2013.

Internet/jurnal

<http://digilib.uinsuka.ac.id/rizkiamaliah,strategikomunikasipemasaranradiofajarfmma-kassardalammenarikjumlahpengiklan.pdf>, (diakses 10 Juli 2019)

<http://ranahkomunikasi.fisip.unand.ac.id/index.php/vol1/article/download/5/4/> (diakses 11 Juli 2019)

<https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-manajemen-produksi.html/> (29 Juni 2019).

<https://www.hestanto.web.id/tahap-tahap-dalam-manajemen-strategis/> (diakses 11 Juli 2019).

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Sejarah_Radio, (diakses 11 Juli 2019).

<http://dodimawardi.wordpress.com>

<https://media.neliti.com/media/publications/127817-ID-etika-penyiaran-dalam-perspektif-islam.pdf> (diakses 10 Juli 2019).

<https://kzamzami.wordpress.com> , (diakses 24 September 2019).

<https://www.kompasiana.com/cdn.ampproject.org>, (diakses 02 September 2019).

<https://tafsirweb.com/4473-surat-an-nahl-ayat-125.html> (diakses 11 Juli 2019).

<https://tafsirq.com> (diakses 02 September 2019).

LAMPIRAN



Wawancara dengan Penanggung Jawab Program Radio Fajar FM



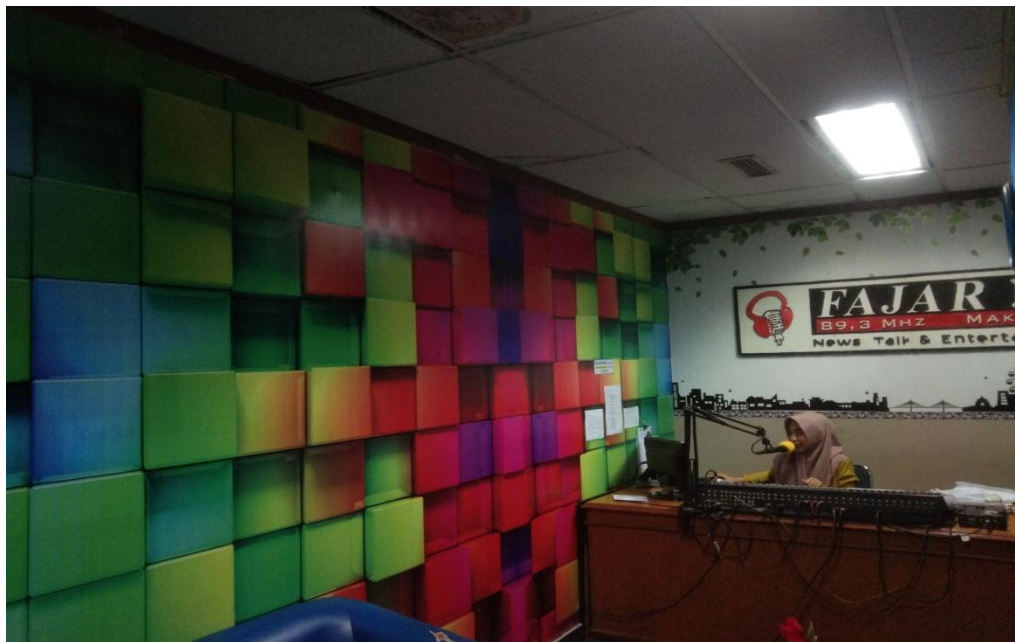
Wawancara dengan Wakil Direkur Pemasaran



Wawancara dengan Produser Program Radio Fajar



Wawancara dengan Penyiar Radio Fajar FM



Ruang Proses Siaran Radio Fajar FM



Gedung Graha Pena Jl. Urip Sumaharjo No. 20 Makassar

PEDOMAN WAWANCARA

A. Profil Umum Stasiun Radio Fajar FM Makassar

1. Bagaimana Gambaran Umum Stasiun Radio Fajar FM Makassar ?
2. Bagaimana Sejarah dari Stasiun Radio Fajar FM Makassar ?
3. Gambaran Profil Program Unggulan di Radio Fajar FM ?

Penanggung Jawab Radio Fajar Fm :

1. Strategi apa yang dilakukan Radio Fajar FM untuk mempertahankan pendengarnya ?
2. Apa-apa saja program siaran yang diunggulkan di radio fajar FM ?
3. Bagaimana strategi program siaran unggulan pada Radio Fajar FM dalam mempertahankan pendengarnya ?
4. Apakah kriteria untuk bisa dikatakan sebagai siaran unggulan ?
5. Tantangan apa saja yang dihadapi dalam mempertahankan Program unggulan ?
6. Bagaimana anda mengatasi tantangan dan hambatan tersebut ?

Produser Program Unggulan :

7. Bagaimana upaya anda sebagai penanggung jawab program unggulan dalam mempertahankan pendengar program tersebut dan tetap banyak digemari oleh masyarakat ?
8. Bagaimana ciri khas pendengar Radio Fajar Fm ?
9. Apa saja tantangan yang dihadapi dalam menjalankan dan mempertahankan program unggulan ?
10. Hal apa yang menarik dari Program Unggulan ?

Penyiar Program Unggulan :

11. Bagaimana upaya anda menarik perhatian pendengar program unggulan saat siaran berlangsung ?
12. Bagaimana ciri khas pendengar radio fajar FM ?



1 2 0 1 9 1 9 1 4 2 1 1 7 3 4

PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 21399/S.01/PTSP/2019
Lampiran :
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Kepala kantor Graha Pena Fajar Makassar

di-
Tempat

Berdasarkan surat Dekan Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Makassar Nomor : B-3060/Un.06-DU.1/PP.00.9/08/2019 tanggal 07 Agustus 2019 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **FITRIANI SAHRAN**
Nomor Pokok : 50500115023
Program Studi : Jurnalistik
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)
Alamat : Jl. H. M. Yasin Limpo No. 36, Samata Gowa

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

" STRATEGI RADIO FAJAR FM DALAM MEMPERTAHANKAN PENDENGARNYA "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **12 Agustus s/d 12 September 2019**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada tanggal : 08 Agustus 2019

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN
Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu



A. M. YAMIN, SE., MS.
Pangkat : Pembina Utama Madya
Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth
1. Dekan Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Makassar di Makassar;
2. Peninggal.

Nomor : 051/S.U-RFM/VIII/2019
Hal : Tanggapan Pemohonan Izin Penelitian

Kepada YTH :
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Makassar
Di -

Tempat

Assalamu Alaikum Wr.Wb

Salam sejahtera semoga Tuhan Yang Maha Kuasa memberikan Rahmat dan Ridhonya dalam seluruh aktivitas kita, amin.

Berdasarkan surat yang kami terima dengan nomor: B-3060/Un.06-DU.0/PP.00.9/08/2019, tanggal 07 Agustus 2019 Perihal Permohonan Izin Penelitian mahasiswa atas :

Nama : **FITRIANI SAHRAN**
Nomor Pokok : 50500115023
Program Studi : Jurnalistik
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)
Alamat : Jl. H.M. Yasin Limpo No. 36, Samata Gowa

Maka dengan ini kami dari PT Radio Fajar Makassar menyatakan **MENYETUJUI** mahasiswa yang bersangkutan melaksanakan Penelitian di perusahaan kami selama 2 (Dua) minggu terhitung mulai tanggal *22 Agustus – 04 September 2019*.

Demikian kami sampaikan, atas kepercayaannya diucapkan banyak terima kasih.
Wassalam,

Makassar, 21 Agustus 2019

Hormat kami,


A.AKHIRUDDIN
Wakil Direktur

Tembusan Kepada Yth.

- Direktur PT Radio Fajar Makassar
- Arsip

RIWAYAT HIDUP



Fitriani Sahran, lahir di Kabupaten Sinjai 31 Januari 1997. Peneliti adalah anak ketiga dari tiga bersaudara anak dari pasangan Ayahanda Almarhum Sahran Said dan Ibunda Suriyani L. Peneliti memulai pendidikan pada tahun 2003 di SD Tamalanrea 3, Pada tahun 2009, peneliti melanjutkan pendidikan di SMPN 30 Makassar dan selesai pada tahun 2012. Kemudian peneliti melanjutkan pendidikan pada jenjang menengah atas di SMAN 2 Sinaji dan selesai pada tahun 2015, di tahun yang sama penueliti melanjutkan pendidikan pada perguruan tinggi negeri UIN Alauddin Makassar dengan mengambil prodi Jurnalistik pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Pengalaman organisasi, peneliti pernah aktif di Media Kampus Washilah. Penulis menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Radio Fajar FM Makassar dalam Mempertahankan Pendengarnya”** untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi.